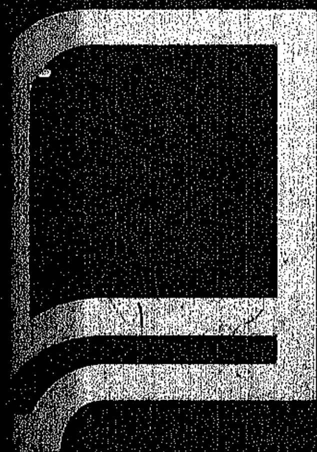

आधुनिक
पत्रकारकला







साहित्य भवन लिमिटेड
इलाहाबाद





आधुनिक पत्रकारकला



आधुनिक पत्रकारकला

रामकृष्ण रघुनाथ खाडिलकर

बनारस
ज्ञानमण्डल लिमिटेड

मूल्य ३॥)

प्रकाशक—ज्ञानमण्डल लिमिटेड, बनारस

मुद्रक—ओम् प्रकाश कपूर, ज्ञानमण्डल यन्त्रालय, बनारस, ४५११—१०

यत्तपस्यसि कौन्तेय तत्कुरुष्व मदर्पणम्

पत्रकारीके क्षेत्रमें पिछले अठारह वर्ष जिनकी छत्रछायामें बैठकर पढ़ना-
लिखना सीखा उन्हीं गुरुदेव सम्पादकाचार्य साहित्यवाचस्पति

पण्डित बाबूराव विष्णु पराड़करजीके चरणोंमें

योगिराज श्रीकृष्णके उपर्युक्त उपदेशानुसार पुस्तक-
पुष्पके रूपमें अपनी यह छोटीसी भेंट
श्रद्धाके साथ समर्पित करता हूँ—

गांधी जयन्ती,
२ अक्तूबर १९५३

रा० र० खाडिलकर

प्रकरण-सूची

आधुनिक पत्रकारकला

पहला भाग

पत्रकारकला :: महत्त्वमापन

प्रस्तावना

अद्भुत सामाजिक क्रान्ति

अन्न-वस्त्रकी तरह समाचारपत्र भी अब हरएक शिक्षित नागरिकके दैनिक जीवनका आवश्यक अंग हो गया है। कोई भी शिक्षित स्त्री-पुरुष अब नित्य समाचारपत्र पढ़े बिना नहीं रहता। व्यक्तिगत जीवनकी तरह सामाजिक जीवनपर भी समाचारपत्रोंने एक तरहसे कब्जा कर लिया है। पुस्तकों और पत्रिकाओंको उतने लोग नहीं पढ़ते, जितने दैनिक समाचार-पत्रोंको पढ़ते हैं। मनुष्य समाजमें आजके समाचारपत्रोंका उदय और विकास एक ऐसी सामाजिक क्रांति है जिसकी तुलना अन्य किसी भी समाजोपयोगी वस्तुके प्रादुर्भावसे नहीं की जा सकती।

रोज प्रातःकाल या किसी निश्चित समयपर डाकसे आया या एजेण्टके आदमी द्वारा दिया गया आने-दो आनेका ४, ६, १०, २० पृष्ठका समाचारपत्र पाठकके हाथमें पड़ता है तो उसको उसकी रोजकी ऐसी आदत लगी रहती है कि वह यह कभी नहीं सोचता कि ८ हजार मील व्यास और १९-२० करोड़ वर्गमील क्षेत्रकी इस पृथ्वीके हरएक कोनेके, आकाश तथा भूगर्भके अन्दरके, पिछले चौबीस घण्टेके समाचार, जिनमें अनेक

सचित्र भी रहते हैं, अपने कार्यालयमें प्राप्त कर और उन्हें तेजीसे कागजपर छापकर मीलों दूर उसके घरतक आने-दो आनेमें पहुँचानेकी यह विलक्षण और अद्भुत बात कैसे सम्भव हो सकी है। सरकारके हाथमें डाक-तार-रेल-बेतार सब होते हुए भी उसे जब केवल एक आदमीकी चिट्ठी दूसरे आदमीके पास पहुँचाना हो तब भी वह हमसे आना दो आना लेती है। फिर, उतने ही या उससे भी कम पैसेमें समाचार पत्र सारी दुनियाके हालचालका मुद्रित वर्णन हमारे कमरेमें पढ़नेके लिए ला छोड़ता है, यह विलक्षण कार्य कैसे सम्भव होता है?

सामाजिक जीवनका यह अनोखा परिवर्तन या यह अद्भुत क्रांति आधुनिक पत्रकारकलाने सम्भव कर दी है।

पत्रकारकला क्या है?

पत्रकारकला (या संक्षेपमें 'पत्रकला') क्या है? ज्ञान और विचार शब्दों तथा चित्रोंके रूपमें दूसरे तक पहुँचाना पत्रकला है। जमानेके परिवर्तनके साथ पत्रकारकलाके अर्थकी व्याप्तिमें भी परिवर्तन हो गया है और हो रहा है। सौ साल पहले समाचारपत्रोंमें छपनेवाली बातें लिख देना ही पत्रकारकला समझी जाती थी। धीरे-धीरे जैसे-जैसे समाचारपत्रमें समाचार-प्रेषण, मुद्रण और वितरणके साधनोंमें वैज्ञानिक-प्राविधिक या शैल्पिक उन्नति होती गयी, पत्रकारकलाका कार्यक्षेत्र भी बढ़ता गया। छपनेवाले लेख-समाचार तैयार करना ही पत्रकारी नहीं रह गयी। आकर्षक शीर्षक देना, पृष्ठोंका आकर्षक बनाव-ठनाव, जल्दीसे जल्दी समाचार देनेकी होड़, समाचारोंके चित्र भी जल्दीसे जल्दी छापने की होड़, देश-विदेशके प्रमुख उद्योग-धंधोंके विज्ञापन प्राप्त करनेकी चतुराई, सुन्दर छपाई और पाठकके हाथमें सबसे जल्दी पत्र पहुँचा देने की त्वरा, ये सब पत्रकारकलाके अंतर्गत आ गये। पत्र तैयार करना और बेचना ये दोनों बातें पत्रकलामें आ गयीं। (वस्तुतः अंग्रेजीके जर्नल शब्दका एक अर्थ एक दिनकी यात्रा भी होता है।) इसके बाद जब रेडियो और टेलिविजन निकला तो पत्रकारकलामें ये दोनों भी

शामिल हो गये। इधर विशेष विषयोंकी पत्रिकाओंका प्रकाशन बढ़ गया है। सरकारी, सार्वजनिक संस्थाओंका और बड़ी व्यापारिक कम्पनियोंका जन-सम्पर्कका काम भी बढ़ा है। इस प्रकार पत्रकलाका क्षेत्र अब अति व्यापक हो गया है तथा तेजीसे और बढ़ता जा रहा है।

भारतवर्षमें भी पत्रकला या पत्रकारीके क्षेत्रमें तेजीसे उन्नति होती जा रही है। इस देशकी राजभाषा हिन्दी घोषित हुई है, इसलिए हिन्दी पत्र-कारोंका भविष्य अति उज्ज्वल है। पर हिन्दीमें आज ऐसी कोई पुस्तक नहीं है जो पत्रकारीके सब अंगों-प्रत्यंगोंसे पत्रकारको परिचित करा दे। यहाँ शैल्पिक उन्नति इतनी नहीं हुई है कि किसी अखबारके दफ्तरमें जाकर पत्रकार ये सब बातें जान सके या सीख सके। इस दृष्टिसे भारतीय पत्रकारी आधुनिक पाश्चात्य पत्रकारीसे सौ सालसे भी अधिक पिछड़ी हुई है।

इस पुस्तकमें थोड़ेमें यह दिखानेका प्रयत्न किया गया है कि पत्र-कारीके हरएक वर्तमान क्षेत्रमें क्या हो रहा है तथा बढ़नेवाले क्षेत्र किस ओर इंगित कर रहे हैं। इसमें हरएक क्षेत्रका केवल प्रारम्भिक परिचय मिलेगा। पत्रकार बननेके इच्छुक युवकोंको मार्ग दिखानेका तथा साधारण पाठकको पत्रकारकलाके जगतकी झाँकी दिखानेका प्रयत्न भर इसमें है। हरएक क्षेत्रका विस्तृत विवेचन करना इसका लक्ष्य नहीं, क्योंकि सामान्य आकार-प्रकारके एक ग्रंथमें ऐसा करना असम्भव है।

प्रारम्भिक विकास

आधुनिक समाचारपत्रोंका उद्गम ढूँढ़ निकालनेके लिए यदि हम पीछेकी ओर दृष्टिपात करें तो मालूम होगा कि दुनियाकी अजीब बातोंको कहीं अंकित करने या लिख रखनेकी इच्छा मनुष्यमें उसकी संस्कृतिके उदयसे भी पहलेसे रही है। फिर भी समाचार देनेवाले पत्रकके रूपमें हम रोमन लोगोंके 'एक्टा डिउर्ना' (दैनिक समाचार) और चीनके 'पेकिंग गजट' के नामोंसे पत्रकारकलाके इतिहासका प्रारम्भ कर सकते हैं। पेकिंग गजट तुंग राजाओंके जमानेसे ही (सन् ६१८ से ९०५) बराबर प्रकाशित होता आया है। इसके पहले भी छठी शताब्दीमें पेकिंग न्यूज (टिंसग-पाओ) नामका मासिक पत्रक निकलता था।

मुद्रणकलाके आविष्कारके साथ आधुनिक ढंगके समाचारपत्र निकले। सोलहवीं सदीमें नेदरलैण्डमें न्यूजाइटुंग (१५२६) निकलने लगा। इसे हम आधुनिक समाचारपत्रोंका 'मूल पुरुष' कह सकते हैं। १६१० से पहलेकी जर्मन पत्रिकाएँ अब भी मौजूद हैं। यद्यपि इंग्लैण्डमें सन् १४७६ में ही पहला छापाखाना खुल चुका था, पर समाचार छापने-पर कड़े प्रतिबन्ध थे, अतः समाचारपत्र अधिक नहीं निकले।

१६६६ की लन्दनकी बड़ी आगका वर्णन 'लन्दन गजट'में दिया गया था। १६९५ में ब्रिटेनकी पार्लमेण्टने एक पुराने कानूनकी अवधि से बढ़ाकर छापाखानोंको लाइसेंस लेनेकी शर्तसे मुक्त कर दिया। इससे साप्ताहिक पत्रोंकी संख्या बढ़ी। १७०२ में पहला दैनिक पत्र 'लन्दन डेली कोरण्ट' निकला जिसमें समाचारोंकी अधिकता रही। पार्लमेण्टकी कारर-

वाइयाँ समाचारपत्रोंमें देनेकी पहले मनाही थी, पर जनताने विल्की काण्ड (१७६३) में प्रधान मन्त्रीको लबे सडक गाड़ीसे खींचकर और अपमानित कर वह स्वतंत्रता प्राप्त की। पार्लमेण्टमें प्रेस गैलरी बनी। नेपोलियनके समयकी लड़ाइयोंमें 'टाइम्स' ने सरकारी दस्तन्दाजीके बिना समाचार छापनेकी स्वतंत्रता प्राप्त करनेके लिए मुकदमा दायर किया और उसे जीता। जैसे-जैसे व्यक्ति-स्वातन्त्र्य बढ़ता गया वैसे-वैसे पत्र-स्वातन्त्र्य भी बढ़ता गया। १७६५ में कनाडामें, १८०१ में दक्षिण अफ्रीकामें और १८०३ में आस्ट्रेलियामें पहले समाचारपत्र निकले।

फ्रांसमें गजट दी फ्रांस (१६३१), जर्मनीमें फ्रैंकफुर्टर जर्नल (१६१५), बेलजियममें गजट वैन गंट (१६६७), इटलीमें डायरीओ डी रोम (१७१६), स्पेनमें अल कोरेओ, स्विट्जरलैण्डमें जर्नल डी जेनीवे, यूनानमें ऐस्टी, तुर्कीमें मानीटर आटोमन, जापानमें बटेविया न्यूज (१८६१), संयुक्तराष्ट्र अमेरिकामें 'पब्लिक आकरेन्सेस' (१६९०), और भारतमें हिकी गजट (१७८०) आदि नाम उन-उन राष्ट्रोंके प्रथम अखबारोंके रूपमें गिनाये जा सकते हैं।

जनताकी राय बनानेके महत्त्वके साधनके रूपमें सन् १७०४-१७४० के लगभग ब्रिटेनमें स्विफ्ट, डीफो, बोलिंगब्रूक, पुल्टेनी आदि सम्पादकोंने सम्पादकीय लेख लिखना पहले-पहले प्रारम्भ किया। फ्रांसमें सन् १७८९ की राज्यक्रान्तिके समय सम्पादकीय लेख लिखना शुरू हुआ। यूरोपके अन्य देशोंमें राजनीतिक स्वरूपके अखबारोंका प्रारम्भ उन्नीसवीं सदीमें हुआ। रायटर समाचार एजेन्सी पेरिसमें १८४९ में जूलियस राइटर नामके एक प्रशियनने स्थापित की।

प्राचीनकालसे लेकर अब तक समाचार शीघ्रसे शीघ्र मँगानेके साधन भी तेजीसे बढ़ते गये हैं। नेपोलियनके समयकी लड़ाइयोंमें, 'लन्दन टाइम्स' रातको चोरी-चोरी फ्रांससे जहाजोंसे अखबार मँगाता और सरकारको मिलनेके पहले ही लड़ाईकी खबरें छापता। छापनेके और सस्ता अखबारी कागज तैयार करनेके यंत्रोंमें भी तेजीसे सुधार होते गये

हैं। टाइम्स 'क्वालिटी' अखबार था। १८४६ में डेली न्यूज (अब न्यूज क्रॉनिकल) और बादमें डेली टेलीग्राफ निकला जिसने ग्राहक संख्यामें टाइम्सको शीघ्र ही हमेशाके लिए पछाड़ दिया। १८५५ में समाचारपत्रों पर लगनेवाला कर हटा लिया गया। यहींसे पेनी अखबारोंका सूत्रपात हुआ। एक सालमें इंग्लैण्ड भरमें २०० अखबार निकलने लगे।

इंग्लैण्डके अखबारोंने अब दुनिया देखनी भी शुरू की। क्रीमियाकी लड़ाईमें 'टाइम्स' ने पहले पहल विलियम हावर्ड रसेलको युद्ध-संवाददाता बनाकर भेजा। १८५४ में विदेशोंमें जानेवाला पहला पत्र-संवाददाता रसेल था।

१८९६ में 'डेली मेल' निकला। लार्ड नार्थक्लिफ आधुनिक 'पापुलर प्रेस' के जन्मदाता थे। लन्दनकी 'फ्लीट स्ट्रीट' दुनियाभरकी सबसे मशहूर अखबारी सड़क समझी जाती है। इसी तरह दुनियाके अन्य-अन्य शहरोंसे भी अच्छे-अच्छे समाचारपत्र निकलने लगे हैं।

आजकी विषम स्थिति

दुनियामें दूरीके कारण उत्पन्न होनेवाली बाधाओंको विज्ञान तेजीसे दूर करता जा रहा है। इसी प्रक्रियामें मनुष्यका महत्त्व भी बढ़ रहा है। औद्योगिक क्रान्तिने पूंजीपतियों, व्यापारियों और पूँजीके साथ-साथ श्रम और श्रमिकोंका महत्त्व बढ़ाया। लोकतन्त्रके भावके मूलका उदय इसीमें था। दुनियाके विभिन्न भागोंके मनुष्य पहले एक दूसरेको जानते भी न थे। हर एक गाँवकी अपनी अलग-अलग सांस्कृतिक दीवार रहती थी। पर प्रवास, पुस्तकों, समाचारपत्रों, रेडियो, सिनेमा और टेलिविजनने ये दीवारें ढहाना शुरू किया। दूर-दूरके मनुष्य एक-दूसरेको जानने-पहचानने और अपनी बुरी चीजें छोड़कर दूसरोंकी अच्छी चीजें लेने लगे। दुनिया मानो छोटी होने लगी। मनुष्य समाजमें द्रुतगतिसे क्रान्तिकारी परिवर्तन होने लगे। समाचारपत्रों, रेडियो और सिनेमाके बिना आगे बढ़े हुए देशोंके मनुष्योंका काम ही रुकने लगा। जहाँ ये साधन जुटाये नहीं जा सके, वहाँ अनर्थ होने लगा। युद्धोंकी समाप्तिके बाद भी चार-चार पाँच-पाँच सालतक, पत्रों और रेडियोके अभावके कारण, कहीं-कहीं सैनिकोंके लड़नेकी विचित्र खबरें मिल चुकी हैं। मध्यप्रशान्तमें सैपानसे ७० मील उत्तर अनाथन टापूपर १० मई १९५० तक ३० जापानी सैनिक यही समझ रहे थे कि द्वितीय महायुद्ध अभी समाप्त नहीं हुआ है! कारण, उनके पास न समाचारपत्र पहुँचते थे और न रेडियो ही था।

इसलिए द्वितीय महायुद्धके बाद जब संयुक्त राष्ट्रसंघकी शिक्षा-समाज-

संस्कृति परिषद्ने अपना काम शुरू किया तो सबसे पहले इस बातकी जाँच की कि दुनियाभरमें वार्तावहनकी क्या स्थिति है। दुनियाभरके १६० प्रदेशों-देशोंकी जाँच की गयी। जाँचसे मालूम हुआ कि सन् १९५० के प्रारम्भमें दुनियाभरमें प्रतिदिन अखबारोंकी २१ करोड़ ९० लाख प्रतियाँ छपती थीं। १६ करोड़ रेडियो सेट, १॥ करोड़ टेलिविजन सेट, ९५ हजार सिनेमाघर और ६॥ करोड़ टेलिफोन थे। ये आँकड़े सन्तोषजनक हैं, पर इन साधनोंका वितरण बड़ा विषम और असन्तोषजनक तथा अनर्थकारी हुआ है। नीचेके विवरणसे यह विषमता स्पष्ट हो जाती है।

रेडियो— अमेरिका—हर दो आदमी पीछे एक
(ब्रिटेनमें ४ आदमी पीछे एक)
इथियोपिया—हर २००० आदमी पीछे १
युगांडा—हर २०,००० आदमी पीछे १
नागा पहाड़ी आसाम—एक भी सेट नहीं
(भारत—१२५ परिवारोंमें १ रेडियो सेट)

टेलिफोन— अमेरिका—हर ४ आदमी पीछे १—कुल ३,८२,०५,०००
दुनियाभरका औसत—हर ३५ आदमी पीछे १
अमेरिकामें दुनियाभरके कुल टेलिफोनोंका ५८ प्रतिशत है।
भारतमें प्रति ३ हजार व्यक्तियोंके बीच एक टेलिफोन है।

समाचारपत्र—ब्रिटेन—५७० प्रतियाँ प्रति हजार जनसंख्या

नारवे—४७२	,,	,,
लक्जेमबर्ग—४४५	,,	,,
आस्ट्रेलिया—४३८	,,	,,
डेनमार्क—४०३	,,	,,
स्वीडन—३८२	,,	,,
न्यूजीलैण्ड—३७४	,,	,,
अमेरिका—३५७	,,	,,

रूस—१६१ ,, ,,

इथियोपिया '०२ (विस्तृत आँकड़े परिशिष्टमें)

रूसमें जहाँ ७० विभिन्न भाषाओंमें अखबार निकलते हैं, वहाँ अफ्रीकाके कुछ पिछड़े हिस्सोंमें लाखों आदमियोंको अपनी मातृभाषामें भी अखबार नहीं मिलता।

दक्षिण प्रशान्तके छोटे-छोटे टापुओंमें भी रेडियो ट्रांसमीटर हैं, अखबार वहाँ नहीं हैं।

फिल्म—कनाडा—जनसंख्या १ करोड़ ३० लाख—सिनेमामें सीटें ९ लाख ३७ हजार

अफगानिस्तान ,, ,, ७००

जैसा कि ऊपर लिखा जा चुका है, दुनियाभरमें १९५० में दैनिक पत्रोंकी २१ करोड़ ९० लाख प्रतियाँ (११ आदमी पीछे १ प्रति) रोज छपती थीं। पाठक सोचना और जानना चाहता है। तानाशाहीवाले देशोंमें उसे केवल बताया जाता है, सोचनेका मौका नहीं दिया जाता। लोकतन्त्रात्मक देशोंमें सब तरहके समाचार उसे मिलते हैं। दुनियाकी हालत भानुमतीके पिटारे जैसी है। समाचारोंकी हालत भी वैसी ही हो गयी है। ४० साल पहले पश्चिमके समाचारपत्र साहसके साथ कह सकते थे कि हम केवल सत्य बात लिख रहे हैं। आज यह बात नहीं है। पत्रकारोंके लिए नीति सम्बन्धी नियम बनाने पड़ रहे हैं। पत्रकारोंकी अवस्थाकी जाँच 'कमीशनों'से करानी पड़ रही है। क्या समाचारपत्रोंका कर्तव्य केवल 'पक्षपातरहित वास्तविक समाचार', 'छापने लायक हर समाचार' छापना ही है ?[1] पर वास्तविक समाचार तो निर्जीव वस्तु होते हैं। फ्रांसमें तो हर पत्रकार केवल अपनी ही आँखसे समाचारकी ओर देखता था। गवाहोंकी गवाहीका हाल भी वहाँ हर पत्रमें अलग ढंगसे छपता था। वहाँ

[1] A newspaper's function and responsibility is to print unbiased factual information. All the news that's fit to print.

पाठक केवल अपने पत्रकी राय जानता है। फ्रांसके अखबार विदेशी सरकारोंकी सहायतापर चलते थे। ये ही सरकारें बादमें फ्रांसकी दुश्मन हो जाती थीं। फिर भी फ्रांसके 'ले टेम्प्स', 'ले फिगारो', जर्मनीके 'फ्रैंकफर्टर जाइतुंग', 'बर्लिनेर टागब्लाट', 'वोसिश जाइतुंग' 'न्यू फ्री प्रेस' (आस्ट्रिया), 'प्राग टागब्लाट', 'लिडोवे नोविनी' 'पेस्टर लायड' (बुदापेस्ट), ए. बी. सी. (माड्रिड), 'कोरिएर डेलसेरा' ये बड़े नाम स्वतन्त्र पत्रकारीके द्योतक रहे हैं। स्विट्जरलैण्डके बालेर नेशनल जाइतुंग और न्यू जूरखेर जाइतुंग अब भी स्वतन्त्र पत्रकारी चला रहे हैं। इस सिलसिलेमें नये जर्मनीके टागेस्पीजेल और टेलिग्राफके नाम भी लिये जा सकते हैं।

दुनिया पूर्ण लोकतन्त्रात्मक तभी हो सकती है जब हर एक मनुष्यको ज्ञान प्राप्त करनेके साधनोंकी सुलभता समान रूपसे हो। दुनियामें आज भी करोड़ों ऐसे लोग हैं जिन्हें संवहन-वाहनके आधुनिक साधन प्राप्य नहीं हैं। उन्हें ये साधन देनेका काम संयुक्त-राष्ट्र-संघका है। जिनके पास साधन हैं उन्हें उनके उपयोगकी स्वतन्त्रता होनी चाहिये और स्वयं उनका बहुत उत्तरदायित्वपूर्ण होना भी आवश्यक है।

संक्षेपमें, आजकी मनुष्य संस्कृतिमें ज्ञान-प्राप्तिके साधनोंकी, जिनमें समाचारपत्रोंका स्थान सबसे अधिक महत्त्वका है, विषम स्थितिका यह इतिहास है।

भारतीय पत्रोंका संक्षिप्त इतिहास

यद्यपि भारतमें मुगल-काल और मराठा राज्यमें वाकिया निगार, सवानह-नवीस और हरकारा आदि अखबारनवीस हुआ करते थे पर आधुनिक ढंगकी पत्रकारी यहाँ विदेशोंसे आये हुए पत्रकारोंके कारण ही शुरू हुई। ईस्ट इण्डिया कम्पनीके कारबारसे आकृष्ट होकर जो विदेशी यहाँ आये उनमेंसे कई उत्साही और साहसी लोगोंने भारतमें पत्रकारीका प्रारम्भ किया। फिर भी भारतमें समाचारपत्र निकालनेका मूल उद्देश्य व्यापारवृद्धि या धार्मिक प्रचार ही रहा।

यहाँ पहला अखबार निकालनेका श्रेय जेम्स आगस्टस हिकीको है। २९ जनवरी १७८० को उन्होंने 'बंगाल गजट' अथवा 'कलकत्ता जेनरल एडवरटाइजर' नामक साप्ताहिक पत्र प्रकाशित किया। यह पत्र अपने नामकी अपेक्षा अपने सम्पादकके नामपर 'हिकी गजट' के नामसे प्रसिद्ध हुआ। हिकीके शब्दोंमें वह "मन और विचारकी स्वतन्त्रताप्राप्तिके लिए शारीरिक श्रम करनेको तैयार था और उसका पत्र राजनीतिक एवं व्यापारिक साप्ताहिक था जो सब दलोंके लिए खुला था, पर किसीसे *प्रभावित न था।"* प्रकाशित होनेके थोड़े दिनोंके अन्दर ही उसकी ख्याति भारतभरमें फैल गयी। इसके बाद कई पत्र निकले। पर साथ ही पत्रकारी सरकारकी निगाहोंमें खटकनेवाला पेशा बन गयी। १५ वर्षके अन्दर देशमें कई पत्र निकले, पर सरकारका रुख कड़ा होता गया। १२ दिसम्बर १७९५ को सरकारके सैनिक सेक्रेटरीके हस्ताक्षरसे 'मद्रास गजट' को जो उसी वर्ष जनवरीमें प्रकाशित हुआ था, आदेश मिला कि पत्र छपनेके पूर्व सेंसरको भेजा जाय। १९ जूनको लार्ड

वेलेजलीने इस आशयका आदेश जारी किया कि छपनेसे पूर्व सभी पत्र सरकारके पास देखनेके लिए भेजे जाएँ। यह सेंसर व्यवस्था १७ वर्ष तक कड़ाईके साथ चलती रही, जिसके कारण पत्रोंका विकास रुक-सा गया। बम्बईमें सन् १७८९ में 'बाम्बे हेराल्ड' नामका पहला अखबार निकला।

१९ अगस्त १८१८ को लार्ड हेस्टिंग्जकी सरकारने सेंसरशिप उठाकर उसके स्थानपर सम्पादकोंके निर्देशनके लिए कुछ सामान्य नियम बना दिये और उनके द्वारा सरकारपर आक्षेप करनेवाले लेखों एवं 'लोकहितको हानि' पहुँचानेवाली बातों पर रोक लगा दी।

हेस्टिंग्स रेगुलेशनके कारण पत्रकारोंको साँस लेनेका अवकाश मिला और भारतीय पत्रकारोंने एक नयी दिशामें कदम बढ़ाया। देशी भाषा बंगलामें पहला पत्र मासिक 'दिग्दर्शन' शुरू हुआ। १८१८ में मार्शमनने बंगलामें 'समाचार-दर्पण' निकाला। पहला मराठी पत्र ज्ञानप्रकाश १८४६ में निकला।

हिंदी पत्र—३० मई १८२६ को कलकत्तेसे हिन्दीका पहला पत्र 'उदन्त मार्तण्ड' प्रकाशित हुआ। यह पत्र साप्ताहिक था और प्रतिमंगलवारको प्रकाशित होता था। पत्रमें सरकारी अफसरोंकी नियुक्तियाँ तथा तबादले, जनताके लिए सरकारी सूचनाएँ, जहाजोंके आने-जानेकी सूचनाएँ, चुने हुए देशी-विदेशी समाचार, कलकत्तेका बाजार-भाव, ज्ञानवर्द्धक एवं मनोरंजक चुटकुले आदि प्रकाशित होते थे। इस पत्रके प्रकाशनके बाद हिन्दीके कुछ और पत्र कलकत्ता तथा अन्य कई स्थानोंसे प्रकाशित हुए।

कुछ ही दिनों बाद १८५४ में कलकत्तेसे हिन्दीका सर्वप्रथम दैनिक 'सुधावर्षण' निकला, किन्तु यह अधिक दिन जीवित न रह सका। १८५७ में लार्ड कैनिंगने जो 'गलाघोंटू' कानून बनाया था उसके अन्तर्गत उसके सम्पादकपर मुकदमा चला और उनको सजा मिली। फलतः पत्र बन्द हो गया और बहुत दिनोंतक हिन्दीमें दैनिकपत्रोंका अभाव रहा।

सन् १८८५ में कालाकाँकर (अवध) से 'हिन्दुस्तान' नामसे

दूसरा हिन्दी दैनिक पत्र राजा रामपालसिंहने प्रकाशित किया। कुछ दिनोंतक इसका सम्पादन महामना पण्डित मदनमोहन मालवीयने भी किया था। उसी वर्ष कानपुरसे भी 'भारतोदय' नामक दैनिक पत्र प्रकाशित हुआ, पर वह एक वर्षसे अधिक नहीं चल सका।

१८९७ में भारतमित्र, जो तबतक साप्ताहिक रूपमें प्रकाशित होता था, दैनिक रूपमें प्रकाशित हुआ, पर सालभर बाद बंद हो गया। सन् १९११ में दिल्ली दरबारके अवसरपर वह फिर दैनिक रूपमें प्रकाशित हुआ और १७ जनवरीतक उसी रूपमें निकलता रहा। उसी वर्ष मार्चमें तीसरी बार दैनिक रूपमें प्रकाशित हुआ और २२ वर्ष तक निरंतर निकलता रहा।

१९१४ में कलकत्तेके कई मारवाड़ी सज्जनोंके उद्योगसे एक अन्य हिन्दी दैनिक 'कलकत्ता-समाचार' प्रकाशित हुआ, पर कुछ ही वर्ष चलकर बंद हो गया। इन्हीं दिनों कुछ कालके लिए बम्बईसे प्रकाशित होनेवाला 'वेंकटेश्वर समाचार' भी दैनिक रूपमें प्रकाशित हुआ था। सन् १९१७ में तीसरा दैनिक 'विश्वमित्र' प्रकाशित हुआ और कुछ काल बाद श्री अम्बिकाप्रसाद वाजपेयीने 'स्वतंत्र' नामक दैनिक-पत्र निकाला, पर वह चिरस्थायी न हो सका।

हिन्दी पत्रोंका यहाँ तकका इतिहास बहुत उत्साहवर्द्धक नहीं है और जो प्रयत्न हुए वे भी प्रायः कलकत्ते तक ही सीमित रहे। हिन्दीके प्रधान क्षेत्र उत्तर भारतमें दैनिक पत्रोंका सर्वथा अभाव रहा। ऐसी अवस्थामें संवत् १९७७ (१९२० सन्) में कृष्णाष्टमीको काशीमें 'आज' का जन्म हुआ। इसी दिन कलकत्तेमें 'स्वतंत्र' का भी जन्म हुआ था।

भारतमें लाखोंकी संख्यामें छपनेवाले समाचारपत्र नहीं हैं इसके दो मुख्य कारण हैं। यहाँ साक्षरता बहुत कम है और भाषा-वैभिन्न्य भी बहुत है, फिर भी समाचारपत्रोंका जो प्रभाव समाज और सरकारपर पड़ता है वह अन्य देशोंसे कम नहीं है। ५० साल पहले अंग्रेजों द्वारा संचालित अंग्रेजी अखबार ही सम्पन्न थे और सरकारपर प्रभाव भी डालते थे,

इसके बाद भारतीयों द्वारा संचालित अंग्रेजी अखबार अधिक प्रभावशाली होने लगे। पर जनताकी सारी सहानुभूति भारतीय भाषाओंके पत्रोंके साथ थी और सम्पन्नता न होनेपर भी जनताकी सहानुभूतिके बलपर इनका जीवन चलता रहा। राजनीतिक लड़ाईमें इन पत्रोंने पूरा हिस्सा लिया। राष्ट्रीय सेनाके ये सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण अंग थे। १९०५ से १९२० तकका काल लाल-बाल-पालका यानी लाला लाजपतराय, बालगंगाधर तिलक और विपिनचन्द्र पालका समय था। इसके बाद महात्मा गांधीका 'यंग इंडिया' और बादमें 'हरिजन', भारतीय पत्रकलाको प्रेरणा देता रहा।

बंगालके शम्भूचरण मुखर्जी, केशवचन्द्र सेन, बंकिमचन्द्र चटर्जी, सुरेन्द्रनाथ बनर्जी, मोतीलाल घोष, रामानन्द चटर्जी, उत्तर प्रदेशके सी. वाई. चिन्तामणि तथा एनी बेसेण्ट, मद्रासके कस्तूरी रंग अय्यंगर, बम्बईके बी० एम० मलाबारी, नटराजन, हार्निमन, महादेव देसाई, जी. एन. नटेसन, केलकर तथा बिहारके सच्चिदानन्द सिनहा, आदि नाम भी भारतीय पत्रकारीके लिए सदैव उज्ज्वल रहेंगे।

संघर्षमय जीवन

सरकार और समाचारपत्र मानों प्रकृतितः विरोधी होते हैं। नेपोलियन अखबारोंकी ताकतकी प्रशंसा किया करता था, पर सरकार पत्रोंको हमेशा अपना शत्रु ही मानती आयी है। भारतमें ईस्ट इण्डिया कम्पनी पत्रोंको हमेशा दबानेका प्रयत्न करती रही। सन् १८०७ में 'बाम्बे गजट' में बड़ौदेके ब्राह्मणों और कायस्थोंके झगड़ेके बारेमें कोई चीज छपी। इसपर उसके सम्पादकसे यह कहकर माफी मँगवायी गयी कि इससे गायकवाड़की बदनामी हुई। लार्ड हेस्टिंग्स पत्रकारोंका मित्र था। वह कहा करता था कि 'मुद्रण-स्वातन्त्र्य जनताका जन्मजात अधिकार है।'

'कलकत्ता जर्नल' और 'संवाद कौमुदी' को लेकर राजा राममोहन रायने पत्र-स्वातन्त्र्यके लिए संघर्ष किया। वे असफल हुए, पर उससे इसके वैधानिक आन्दोलनकी नींव पड़ गयी।

१८८१ में लार्ड रिपनने समाचारपत्रोंका गलाघोंटू कानून रद्द किया। शुरू-शुरूमें देशी भाषाके पत्रोंका प्रधान काम ईसाई मिशनरियोंके प्रचार-कार्यको रोकनेका प्रयत्न करना ही रहा है।

भारतकी पत्रकारी अंग्रेजी पत्रकारीसे शुरू हुई, पर यह जानकर आश्चर्य होता है कि बादमें भारतीयोंने ही अंग्रेजी भाषापर प्रभुत्व प्राप्त कर अंग्रेजी पत्रकारीको यहाँ बढ़ाया।

मुद्रण, वार्तावहन और वाहनके वैज्ञानिक साधनोंकी उन्नति इतनी तेजीसे हो रही है कि भारतमें भी पत्रकारकलाके उद्योगीकरणकी प्रक्रिया चल रही है। नतीजा यह हो रहा है कि यहाँ भी शृंखला-पत्रोंकी संख्या बढ़ रही है और पत्रोंमें पहले जो स्वतन्त्र मत-प्रतिपादनका जोर और अपना-अपना अलग व्यक्तित्व था वह कम होता जा रहा है। नये सामाजिक संघटनमें पत्रकार भी अपना उचित स्थान माँग रहे हैं और पत्रोंमें पाठकोंका जो एक आन्तरिक विश्वास रहता था वह ढुलमुल होता जा रहा है। पत्र अब जनरञ्जनकी ओर अधिक झुक रहे हैं। इन नयी प्रवृत्तियोंकी जाँच कर पत्रकारकलाके लिए एक निश्चित सामाजिक और आर्थिक प्रगतिशील लक्ष्य निश्चित करनेके उद्देश्यसे भारतमें भी प्रेस-कमीशनकी नियुक्तिकी माँग की गयी। निदान सितम्बर सन् १९५२ में सरकारने एक प्रेस-कमीशन नियुक्त कर दिया।

इधर भारतीय पार्लमेण्ट और विधानसभाओंमें तथा समाचारपत्रोंमें अधिकार-रक्षाके प्रश्नको लेकर कुछ संघर्ष हुए हैं। व्यवस्थापक-सभाओंके सदस्य 'अधिकार'के नामपर पत्रोंकी मौलिक स्वतन्त्रताको भी दबाना चाहते हैं। पत्रोंकी और पत्रकार-संस्थाओंकी ओरसे इस सम्बन्धमें एक सुस्पष्ट कानून बनाये जानेकी माँग की जा रही है।

इसी प्रकार अब जब समस्त विशेष प्रेस-कानून समाप्त हो गये हैं, प्रेस सलाहकार-समितियोंकी निरुपयोगिताका भी प्रश्न अधिकाधिक उठाया जा रहा है।

भारतीय भाषाओंके पत्रोंका भविष्य

भारतमें अंग्रेजी समाचारपत्रोंका प्रभाव अभी तक यद्यपि सबसे अधिक है, पर उसका भविष्य निश्चित हो गया है। १०-२०-२५ बरस ये अच्छी तरह चल सकते हैं। कुछ इस बीच उन्नति भी कर सकते हैं, पर साधारणतः अंग्रेजी अखबारोंका प्रचार बढ़ना अभीसे ही रुक गया है और २०-२५ बरस बाद देशमें इनका कोई विशेष स्थान न रहेगा। यह स्थान भारतीय भाषाओंके पत्र और विशेषकर हिन्दी पत्र ग्रहण करेंगे।

भारत सरकार और राज्योंकी (प्रादेशिक) सरकारें जनताका जीवन-स्तर ऊँचा उठाने तथा साक्षरताका प्रसार करनेके प्रयत्नमें लगी हैं। इससे विभिन्न प्रादेशिक भाषाओंके पत्रोंकी उन्नति होना स्वाभाविक है। ऐसी अवस्थामें भारतीय भाषाओंके सम्बन्धमें कुछ संक्षिप्त जानकारी आवश्यक है। इस देशमें २२५ बोलियाँ प्रचलित हैं। १५ भाषाएँ विभिन्न लिपियोंमें लिखी जाती हैं। भारतीय संविधानके अनुसार देशकी राजभाषा देवनागरी लिपिमें लिखी जानेवाली हिन्दी है। इसके अतिरिक्त नीचे लिखी १४ भाषाएँ प्रादेशिक भाषाओंके रूपमें स्वीकार की गयी हैं—

आसामी, बंगाली, गुजराती, हिन्दी, कन्नड, कश्मीरी, मलयलम्, मराठी, उड़िया, पंजाबी, संस्कृत, तामिल, तेलगू, उर्दू।

देशकी जनताके बोलने-समझनेवालोंकी संख्याकी दृष्टिसे इन भाषाओं का क्रम इस प्रकार होगा—

हिन्दी (१०,४९,९०,४८२), बंगाली (५·३४ करोड़), तेल

(२'६३ करोड़), पंजाबी (२'४४ करोड़), मराठी (२'०८ करोड़), तामिल (२'०४ करोड़), कन्नड़ (१'१२ करोड़), उड़िया (१'११ करोड़), गुजराती (१'०८ करोड़), मलयलम (९१ लाख), आसामी (२० लाख) और कश्मीरी (१४ लाख)।

संख्याका महत्त्व होनेपर भी जो भाषा संस्कृतिपर और राजनीतिक जीवनपर अधिक प्रभाव डालती है उसका अधिक महत्त्व हो जाता है। साक्षरताके प्रसारका भी महत्व रहता है। मल्याली लोगोंमें साक्षरता भारतभरमें सबसे अधिक है, उनकी संख्या कम होनेपर भी इसी कारण उनका महत्व अधिक है। भारतमें अंग्रेजी जाननेवालोंकी संख्या जनसंख्याके १ प्रतिशत थी, पर देशके अधिकांश जीवनका नियंत्रण वे ही करते थे।

समाचारपत्रोंको दो बातें और देखनी होती हैं। शहरी बस्तीमें पत्र ज्यादा बिकते हैं इसलिए शहरोंमें रहनेवालोंकी संख्या कितनी है यह देखना आवश्यक है। इसी प्रकार पुरुषोंमें साक्षरता कितने प्रतिशत है, यह भी देखना जरूरी है।

१९५१ की जनगणनाके अनुसार भारतकी कुल जनसंख्या ३५ करोड़ ६८ लाख है जिनमें १८ करोड़ ३३ लाख पुरुष हैं। क्षेत्रफल १२,६९,६४० वर्गमील है जिसमें मध्यप्रदेश (१,३०,२७२) राजस्थान (१,३०,२०७) और मद्रास (१,२७,७९०) के बाद उत्तरप्रदेश (१,१३,४०९) का नम्बर आता है। (आन्ध्र प्रान्त बननेसे मद्रासका नम्बर अब तीसरा नहीं रहा।)

जनसंख्याकी दृष्टिसे उत्तरप्रदेशमें सबसे अधिक आदमी रहते हैं। यहाँकी जनसंख्या ६ करोड़ ३२ लाख है जिनमें ३ करोड़ ३१ लाख पुरुष हैं। कृषिकार्योंसे जीविका चलानेवाले ४ करोड़ ६९ लाख हैं और कृषिके अतिरिक्त अन्य जरियोंसे काम चलानेवाले १ करोड़ ६३ लाख आदमी रहते हैं।

उत्तरप्रदेशके शहरोंमें ८६ लाख २६ हजार आदमी रहते हैं। सबसे

अधिक जिले, ५१, उत्तरप्रदेशमें ही हैं। बम्बईमें २८ और मद्रासमें २६ जिले ही हैं। मध्यप्रदेशमें (२२) और राजस्थानमें (२५) तो और भी कम हैं। १ लाखसे ऊपरवाली आबादीके शहर भी उत्तर प्रदेशमें ही सबसे अधिक, १६, हैं। मद्रासमें १३, बम्बईमें ८, बंगालमें ७ और बिहारमें ५ शहर एक लाखसे ऊपरकी आबादीवाले हैं। उत्तरप्रदेशका सबसे बड़ा शहर कानपुर (७,०५,३८३) है, पर देशमें बंगलोर, (७,७८ लाख), दिल्ली--नयी दिल्ली (११'९०), हैदराबाद (१०'८५), मद्रास (१४'१६), कलकत्ता (२५'४८) और बम्बई (२८'३९), ये शहर कानपुर से भी बड़े हैं।

इस प्रकार हम देखते हैं कि भारतमें सबसे अधिक प्रचलित भाषा हिन्दी हैं। नागरी बस्ती सबसे अधिक उत्तरप्रदेशमें हैं, अतः हिन्दी पत्रोंके लिए यह व्यापक क्षेत्र फैला पड़ा है।

उन्नतिके मार्गमें बाधाएँ

अब हम यह देखें कि भारतीय भाषाओं, विशेषतः हिन्दीके पत्रोंकी उन्नतिमें जो बाधाएँ हैं उन्हें दूर करनेके क्या उपाय हैं।

१. सरकार और जनताकी सहायता कर साक्षरता तथा आर्थिक जीवनमान बढ़ानेमें जोर लगाया जाय।

२. उद्योग-धन्धों और नागरी बस्तियोंको बढ़ानेमें प्रोत्साहन दिया जाय।

३. अच्छे विज्ञापनदाता और अच्छी विज्ञापन एजेन्सियाँ समझती हैं कि भारतीय भाषाओंके पत्रोंकी ग्राहक-संख्या तेजीसे बढ़ना आवश्यक है ताकि विज्ञापन दर प्रति रंग, प्रति कालम-इंच, प्रति हजार ब्रिटेनके पत्रोंकी दरसे अधिक न रहे। आजकल यह दर ब्रिटिश जिला अखबारोंसे दूनी और ब्रिटिश राष्ट्रीय अखबारोंसे चौगुनी पड़ती है। अखबारोंकी बिक्रीका दाम भी ब्रिटिश पत्रोंसे कम नहीं, कुछ अधिक ही है। विज्ञापनका उपयोग अधिक होगा तो उद्योग-धन्धोंकी उन्नतिमें सहायता पहुँचेगी।

४. इस समय देशमें पत्रोंकी ग्राहकसंख्या जनसंख्याका १ प्रतिशत है। जनमतपर प्रभावकी दृष्टिसे यह बहुत कम है।

५. पत्रोंकी ग्राहकसंख्या बढ़े तो विज्ञापनकी आय भी बढ़े। तभी अच्छी मशीनें आवें और अधिक तनखाह मिलनेपर अच्छे आदमी नियुक्त किये जा सकें। पत्रोंका सम्पादकीय लेखनस्तर भी बढ़े।

६. आजकल एक अखबार प्रायः १०-१२ आदमी पढ़ते हैं। शिक्षाका प्रसार और आर्थिक स्थिति उन्नत होनेपर एक ही परिवारमें विभिन्न रुचि रखनेवाले सदस्य कई विभिन्न अखबार खरीदकर पढ़ने लगेंगे। इस प्रवृत्तिका संतोष करनेके लिए अखबारोंको विविधता लानेका प्रयत्न करना होगा।

७. इस देशमें साक्षरता १५ प्रतिशत है और प्रति वर्ष यह तेजीसे बढ़ रही है। देशभरमें ५ करोड़ साक्षर होंगे और इसमें हर साल २५ लाख साक्षरोंकी वृद्धि होती होगी। पर अंग्रेजी अखबारोंको लेकर भी सब पत्रोंकी ग्राहकसंख्या ३०—३५ लाखसे अधिक नहीं है। भारतीय भाषाओंके पत्रोंकी ग्राहकसंख्या साक्षरोंकी ४ प्रतिशत है। एक विज्ञापन एजेन्सीका कहना है कि शहरोंमें, कलकत्तेमें ६'१, दिल्लीमें ५, मद्रासमें २७ और बम्बईमें ११ प्रतिशत साक्षर भारतीय भाषाओंके अखबार पढ़ते हैं, पर पत्र यदि पाठकोंको आकर्षित करनेवाले निकलें और जनताकी आर्थिक स्थितिमें सुधार हो तो ग्राहकसंख्या आजकी ६ गुनी हो सकती है।

८. जनतामें अखबार पढ़नेकी आदत डालनेके लिए कोई भारी और व्यापक प्रयत्न पत्रोंको करना होगा। इसके अतिरिक्त जो सबसे बड़ी चीज उन्हें करनी होगी वह हिन्दी-समाचार-समिति और देवनागरी तार-टेलिप्रिंटरकी व्यवस्था है। यह पहली आवश्यकता है।

आधुनिक प्रवृत्तियाँ

आधुनिक पत्रकारकला एक बहुत जटिल विषय हो गया है। नाना प्रकारकी परस्परविरोधी शक्तियाँ और प्रवृत्तियाँ उसके निर्माण और संचालनमें लग जाती हैं जिससे सन्तुलन बनाये रखनेका काम बहुत कठिन हो गया है। अत्यन्त मेधावी, दूरदृष्टिके, सौम्य, चतुर, अति बुद्धिमान, अध्यवसायी और गंभीर लोग ही अब पत्रकारीके स्पर्द्धा-संघर्षमें टिक पाते हैं।

पहली महत्त्वकी बात यह है कि पत्रकारकलाने अब उद्योग-व्यवसाय-का रूप धारण कर लिया है। वैज्ञानिक, यान्त्रिक क्रान्तिने तथा वहन-वाहनके त्वरागामी साधनोंकी उपलब्धिने इसे भी कारखानोंका रूप दे दिया है। उद्योग-व्यवसायका अर्थ यह है कि इसमें प्रति वर्ष मुनाफा होना ही चाहिये। बिना व्यापक प्रचारके केवल विज्ञापनकी आयपर मुनाफा होना सम्भव नहीं है और विज्ञापन भी उसी पत्रको अधिक मिलते हैं जिसका प्रचार अधिक हो, क्योंकि विज्ञापनदाता भी अपने पैसेका पूरा मुआवजा चाहता है। प्रचार अधिक तभी हो सकता है जब पत्र अपने पाठकोंको वही चीज पढ़नेको दे जो वे चाहते हैं या जिसकी वे अखबारसे अपेक्षा रखते हैं।

भारत इस समय एक परिवर्तन-युगसे गुजर रहा है। स्वतन्त्रताप्राप्तिके बाद देशमें साक्षरताका प्रचार तेजीसे हो रहा है। आजकी इस शैक्षणिक हलचलका फल ७-८ सालमें दृष्टिगोचर होने लगेगा। एक ऐसी नयी पीढ़ी शीघ्र तैयार होगी जिसे पढ़ना तो आता होगा, पर जिसे बड़े-बड़े

गम्भीर अखबार पढ़नेकी न फुरसत होगी और न सांस्कृतिक पृष्ठभूमि। उसे सस्ता और घड़ीभर मनोरञ्जन करनेवाला अखबार चाहिये। यह आवश्यकता पूरी करनेवाला जो अखबार होगा वह भारतमें नये 'पापुलर' प्रेसका अग्रदूत होगा। तब भारतके लार्ड नार्थक्लिफका जन्म होगा। पर भारतीय अखबारोंको विशुद्ध जनरञ्जक और 'पापुलर' बनानेमें सबसे बड़ी बाधा उसकी परम्पराकी आवेगी।

डेढ़ सौ सालकी गुलामी और पचास सालके स्वतन्त्रता-युद्धने भारतीय अखबारोंको एक उदात्त परम्परा दी है। भारतकी स्वतन्त्रताप्राप्तिमें सबसे बड़ा हाथ भारतीय पत्रोंका रहा है। देशसेवा, त्याग, आहूत होनेकी तत्परता आदिने भारतीय पत्रोंके पीछे एक उच्च आदर्शात्मक परम्परा जोड़ दी। इस परम्परासे पूरा नाता-रिश्ता तोड़कर कोई पत्र यदि केवल जनरञ्जक बननेका प्रयत्न करेगा तो वह शीघ्र सफल न हो सकेगा। भारत में इसीलिए पत्रकारीको एक नया बीचका मार्ग निकालना पड़ेगा या पत्रोंको और पत्रकारोंको दोमेंसे किसी एक रास्तेका निश्चय कर उसपर दृढ़ताके साथ चलना पड़ेगा। लन्दन टाइम्स, न्यूयार्क टाइम्स आदि अपनी परम्परा और गम्भीरता कायम रखे हुए हैं, पर उनकी ग्राहक-संख्या अधिक नहीं है। लन्दन टाइम्स ढाई लाख और न्यूयार्क टाइम्स साढ़े पाँच लाख छपता है। दूसरी ओर दुनियाके सबसे अधिक प्रचार-वाले 'न्यूज आफ दि वर्ल्ड' साप्ताहिक पत्रकी 'जनरञ्जकता' का हाल देखिये। औसत एक प्रतिमें १६ पृष्ठ, १ पृष्ठमें २२-२२ इञ्चके ७ कालम—कुल २४५० इञ्च जगहमें विज्ञापन एक चौथाई ६४४ इञ्च। बाकी बची १८०६ इञ्च जगह जिसमें :—

अपराध और प्रेम-प्रकरण, वैवाहिक गुत्थियाँ, तलाक-व्यभिचार	५४७ इञ्च
खेल-कूद	२८८ ,,
राजनीति-अर्थ	१८५ ,,
कथा	१०९ ,,
थियेटर-सिनेमा-रेडियो	९३ ,,

खोया-पाया, डाक्टरी-कानूनी सलाह	७० इंच
मनोरंजक गीत	६७ ,,
सामाजिक गपशप	२२ ,,
विविध—पहेली आदि	३२५ इंच

रहते हैं। ब्रिटेनके पापुलर पत्रोंकी जनरंजकताका अनुमान इन आँकड़ोंसे लग जायगा।

भारत बहुत विस्तृत और बड़ा देश है इसलिए अखबार विभिन्न स्थानोंपर जल्दी नहीं पहुँच पाते। ब्रिटेनमें स्पेशल अखबारी गाड़ियों-जैसी व्यवस्था यहाँ अभी सम्भव नहीं है। यहाँके अखबारवालोंको ट्रेनों, हवाईजहाजों, बस सर्विस, नौकानयन आदि सबका उपयोग करते हुए अपनी यातायातकी अलग-अलग व्यवस्थाएँ करनी पड़ेंगी।

जहाँ तक किसी पत्रके राजनीतिक मत या नीतिका प्रश्न है, यदि पत्र जनताके रञ्जनकी यथेष्ट सामग्री देता है तो राजनीतिक मत उसके प्रचारमें बाधा नहीं डालते। ब्रिटेनमें १९३०-३१ में बीवरब्रुक और रादरमीयरके अखबारोंने बाल्डविनका गहरा विरोध किया, पर जीत बाल्डविनकी ही रही। वहाँ जब मजदूर दलकी सरकार थी तब भी कंजर्वेटिव पत्र अधिक चलते थे। अमेरिकामें रूजवेल्ट-ट्रूमनका डेमोक्रेटिक दलका लम्बा शासन, अधिकतर अखबार रिपब्लिकन मतके होते हुए भी, चला।

भारतमें भविष्यमें रविवासरीय अखबारोंपर विशेष ध्यान देना होगा। ब्रिटेनमें रविवासरीय अखबारोंकी ग्राहकसंख्या दैनिक अखबारोंसे बहुत अधिक है। रविवासरीय पत्रोंमें समाचार कम रहते हैं और उन्हें महत्त्व भी अधिक नहीं दिया जाता। मनोरञ्जक सामग्री इसमें अधिक रहती है। रविवारके दिन लोगोंको छुट्टी रहती है इसलिए रविवासरीय अखबार अधिक ध्यानसे पढ़े भी जाते हैं। अमेरिकामें इसका उलटा है। वहाँ रविवासरीय पत्रोंकी ग्राहकसंख्या दैनिकोंसे कम है।

विज्ञापनकी आय बढ़ानेके लिए ग्राहकसंख्या बढ़ानी पड़ती है, यह ठीक है, पर एक बातका और ध्यान रखना पड़ता है। यदि अखबार

बहुत सस्ता रहा और केवल मनोरञ्जनपर ही जोर देनेवाला रहा तो उसकी ग्राहकसंख्या तो अवश्य बढ़ेगी, पर उसके पाठकोंमें कम आयवाले लोगोंकी संख्या ही अधिक रहेगी। बड़े कीमती सामानोंके विज्ञापनदाता ऐसे पत्रोंको कम विज्ञापन देते हैं। ब्रिटेनमें 'डेली मिरर' ४५ लाख बिकता है और उसकी विज्ञापन-दर १५ पौंड प्रति इञ्चके लगभग है। 'डेली मेल' की ग्राहकसंख्या २२ लाख ही है, पर उसकी विज्ञापन दर 'डेली मिरर' की दरसे कुछ अधिक ही है। इसका कारण यह है कि धनी लोग 'डेली मेल'को ज्यादा खरीदते हैं। इसलिए मूल्यवान सामानके विज्ञापनदाता डेली मिररसे डेली मेलमें विज्ञापन देना अधिक पसन्द करते हैं।

भविष्यकी पत्रकारी रंगीन पत्रकारी होगी। कई रंगोंके चित्र छापनेवाले अखबार अधिक लोकप्रिय होंगे। इसलिए हिन्दीके पत्रोंको भी इस ओर विशेष ध्यान देना होगा।

एक बात और ध्यान देनेकी है। अखबारके उद्योगमें उत्पादनके खर्चका ३०-४० प्रतिशत अखबारी कागजमें ही लग जाता है। इसलिए प्रचार-संख्या बढ़नेपर भी खर्च उतने ही अनुपातमें बढ़ता है जिससे प्रचार-संख्या बढ़ाना खर्च घटानेकी दृष्टिसे अधिक उपयोगी नहीं होता। प्रचार-संख्या बढ़ानेकी यदि होड़ शुरू होती है तो पत्रोंका स्टैण्डर्ड भी गिरने लगता है और वह फिर सस्ती पत्रकारीके फेरमें पड़ने लगते हैं।

यह तो व्यवस्था-सम्बन्धी क्षेत्रका हाल हुआ। सम्पादकीय क्षेत्रमें भी पत्रकलामें तेजीसे नयी प्रवृत्तियाँ आयी हैं। पत्रोद्योग जैसे-जैसे अधिकाधिक व्यावसायिक रूप ग्रहण करता जा रहा है वैसे-वैसे पत्रकार भी अपने को श्रमिक रूपमें गिनवानेकी ओर प्रवृत्त होने लगा है। वस्तुतः पत्र-व्यवसाय तथा अन्य व्यवसायोंमें महत्त्वका, और सबसे अधिक महत्त्वका, जो फर्क है वह यही है कि जहाँ अन्य उद्योगोंमें कच्चा माल निर्जीव भौतिक जड़पदार्थ रहता है वहाँ पत्रोद्योगमें सबसे महत्त्वका कच्चा माल जीवित, सहृदय, भावोत्तेजक, सम्पादकीय मस्तिष्क रहता है। जिन संस्थाओंमें इस मूल बातका ध्यान नहीं रखा जाता और कागज स्याहीमें

ही सञ्चालक लिपटे रहते हैं वे संस्थाएँ पत्रोद्योगमें उन्नति नहीं कर सकतीं। पत्रकारोंमें अधिकाधिक श्रमिक वृत्तिके होनेका कारण पत्र-व्यवसायका औद्योगिकीकरण उतना नहीं है जितना पत्र सञ्चालकोंका कागज-स्याही-वाला दृष्टिकोण है। भारतमें अब भी सच्चे पत्रकार बहुत हैं, उनको मिशनरी स्पिरिटका बनाये रखनेमें ही पत्रोद्योगकी सफलता है।

डिमोक्रेसी या शक्तिके नीचेकी ओर वितरणकी प्रवृत्ति अब पत्रकारीमें भी आ गयी है और यह उपादेय है। पहले पत्रका सारा यश-अपयश सम्पादक लेता था, फिर बड़े अखबारोंमें सञ्चालक या मैनेजिंग एडीटर लेने लगा। अब इस प्रतिष्ठा-शक्तिके वितरणकी प्रवृत्ति शुरू हुई है। महत्त्वके और उत्तरदायित्वपूर्ण स्थानोंके संवाददाताओंके नाम अब उनके समाचारोंके साथ दिये जाने लगे हैं। इससे उत्तरदायित्वकी भावना बढ़नेमें सहायता मिलती है। यह प्रवृत्ति अब पत्रके व्यवस्था-विभागकी ओर भी बढ़नी चाहिये। इससे एक लाभ यह होगा कि सम्पादकीय और व्यवस्था-विभागोंमें अन्दर-अन्दर छिपे तौरसे जो एक कशमकश और ईर्ष्या चलती है वह कम हो जायगी।

पत्रव्यवसायके ये जो दो अंग हैं, उनमें सामञ्जस्य रखना सरल नहीं है। सम्पादकीय अंग एक प्रकारसे कलाका व्यावहारिक रूप (अप्लाइड आर्ट) है और व्यवस्थापकीय अंग आर्थिक तथा व्यावसायिक अभियान (एडवेंचर)। दोनों अंग एक दूसरेका स्वरूप समझें, एक दूसरेकी आवश्यकताएँ देखें और एक दूसरेके पूरक बनें तभी सफलता मिल सकती है। पत्रकार जननेता भी होता है और जनसेवक भी। जनताको कलात्मक ढंगसे समाचार और विचार बेचना उसका काम है। पत्रकारी निजी व्यवसाय है, जनसेवा है और समाचार-प्रेषणके विज्ञानका व्यावहारिक उपयोग भी है। जो व्यक्ति पत्रकारकलाके इन तीनों गुणोंको न समझे वह इस क्षेत्रमें कभी न आवे। जनसेवाकी भावना न रखनेवाला कोई भी आदमी इसमें सफल नहीं हो सकता। उसी प्रकार इसको बिलकुल निजी उद्योग मानकर अपने प्रतिस्पर्द्धी समकालीन

पत्रोंको समाप्त करनेकी इच्छा रखनेवाला व्यक्ति भी इसमें कभी सफल नहीं हो सकता। विचार-स्वातन्त्र्य, समाचारसंग्रह-स्वातन्त्र्य और समाचार-प्रेषण-स्वातन्त्र्य इन तीनोंपर पत्रकारकला आधारित होती है। इसीलिए जनताका यह निहित मौलिक अधिकार हो जाता है कि कई पत्र जीवित रहें और उनमेंसे चुननेका उसे अधिकार हो। इसीलिए सच्चा पत्रकार हमेशा स्पर्द्धा बढ़ानेका प्रयत्न करता है, घटानेका नहीं।

पत्रकारी तथा अन्य निजी उद्योग-धन्धोंमें और भी कई अन्तर हैं। पत्र कभी-कभी अपनी नीति-सम्बन्धी गलतियाँ कर सकता है और जनरोषका सामना उसे करना पड़ सकता है। ऐसे अवसरोंपर पत्रकारको, जिसमें व्यवस्था-विभागके व्यक्ति भी आ जाते हैं, बहुत धैर्यसे रहना पड़ता है। जनताको जैसे अपने प्रिय पत्रकी प्रशंसा करनेका अधिकार है वैसे ही उसे उसकी गलतियोंके विरुद्ध अपने भाव-प्रदर्शनका भी अधिकार है।

समाचारपत्र रोज-रोज जनताके सामने जाता है। उसमें और उसको बनानेवाले व्यक्तियोंमें विचारोंका भोथरापन, आलस्य या नवीनताका अभाव कभी न आना चाहिये। पत्रकलामें जहाँतक पत्रोत्पादनका प्रश्न है किसी भी व्यक्तिका, फिर वह चाहे कितना ही बड़ा क्यों न हो, व्यक्तिगत खयाल कभी नहीं होना चाहिये।

विविध देशोंकी पत्रकारी

दुनियाके किसी भी देशकी पत्रकारकलाके बारेमें हम लिखना चाहें, तो भी हमें ब्रिटेनकी पत्रकारकलाके वर्णनसे ही शुरू करना पड़ेगा क्योंकि समाचारपत्र पढ़नेकी जितनी आदत ब्रिटेनवासियोंकी है, उतनी और किसी भी देशके लोगोंकी नहीं है। प्रति व्यक्ति पीछे सबसे अधिक अखबार ब्रिटेनमें ही निकलते हैं, दुनियाके सबसे अधिक प्रचारवाले दैनिक-साप्ताहिक ब्रिटेनमें ही हैं। पत्र सम्बन्धी यान्त्रिक और शैल्पिक प्रगतिमें भी ब्रिटेनका हाथ और कोई देश नहीं पकड़ सकता। ब्रिटिश पत्रकारकलाने ही अमेरिकन और भारतीय पत्रकारकलाको प्रभावित किया है।

× × ×

ब्रिटेन

ब्रिटेनमें पत्रकारकला और पत्रोद्योगकी उन्नतिके अवसर अधिक मिले इसलिए वहाँ इसकी प्रगति बहुत तेजीसे हुई। ब्रिटेनमें इसकी अनुकूलताके ये कारण गिनाये जा सकते हैं—

(१) १६९५ में बिना गवर्मेण्टसे लाइसेन्स लिये छापनेकी अनुमति लोगोंको मिल गयी।

(२) १७९२ में फाक्स ऐक्ट पास कर मानहानि कानूनके मामले अकेले जजके हाथसे निकाल कर जूरियोंके हाथमें दिये गये।

(३) १८६१ तक स्टाम्प, पेपर और विज्ञापनपरके कर, चुंगियाँ आदि उठा ली गयीं।

(४) अनिवार्य (१८८०) और निःशुल्क शिक्षा (१८९१) का देशभरमें प्रारम्भ हुआ।

(५) १८५०–१९०० तक रेलोंका इतनी तेजीसे विस्तार हुआ कि पत्रसञ्चालक असोसिएशनके नियन्त्रणमें स्पेशल अखबार-ट्रेनें चलने लगीं।

(६) व्यापक औद्योगिक क्रान्तिके कारण छोटेसे ब्रिटेनमें बहुत घनी नगर-बस्तियाँ बहुत आसपास बसती गयीं जिससे अखबारोंका प्रचार तीव्र गतिसे बढ़ा।

इन सब सुअवसरोंका लाभ ब्रिटेनने खूब उठाया और अनुकूल परिस्थितियोंका तत्काल और खूब उपयोग करते हुए ब्रिटिश अखबार बहुत शक्तिशाली हो गये। १८६१ में अब्राहम लिंकनने 'लन्दन टाइम्स' के बारेमें कहा था कि "टाइम्स दुनियाके सर्वशक्तिमानोंमेंसे एक है। वस्तुतः मिसिसिपी नदीको छोड़कर और कोई चीज टाइम्ससे अधिक ताकतकी मुझे नजर नहीं आती।"

डिजराइली कहा करते थे कि दुनियाके देशोंकी हरएक राजधानीमें ब्रिटेनके दो-दो राजदूत रहते हैं—एक तो सरकार द्वारा नियुक्त राजदूत और दूसरा 'टाइम्स' के सम्पादक द्वारा नियुक्त संवाददाता।

'लन्दन टाइम्स' क्वालिटी या स्टैण्डर्ड पत्र था। सन् १८९८ में ब्रिटिश पत्रोंमें एक क्रान्तिकारी परिवर्तन हुआ। अल्फ्रेड हैम्सवर्थ (लार्ड नार्थक्लिफ)ने 'डेली मेल'की स्थापना कर 'पापुलर' या जनरञ्जक पत्रोंकी नींव डाली। परिणाम यह हुआ कि ब्रिटेनमें आज हर दो आदमी पीछे दैनिक अखबारकी एक प्रति निकलती है। पर ब्रिटेनके पास अखबारी कागजकी कमी है इसलिए दैनिकोंकी पृष्ठसंख्या बहुत कम रहती है। कुछ तुलनात्मक आँकड़े देखे जा सकते हैं।

देश	प्रति १००० लोगोंके पीछे दैनिककी प्रतियाँ	पत्रोंकी औसत पृष्ठसंख्या	अखबारी कागजकी खपत प्रति व्यक्ति प्रतिवर्ष	जनसंख्या
ब्रिटेन	५७०	४-६	८·२ कीलोग्राम	५ करोड़
नारवे	४७२	१४-१६		
अमेरिका	३५७	२४	३२·५ ,,	१५ करोड़
रूस	१६१			१९·२ करोड़
आस्ट्रेलिया		१६		
स्वीडन		१८-२०		

दुनियाका सबसे अधिक ग्राहकसंख्यावाला पत्र ब्रिटेनका साप्ताहिक 'न्यूज आफ दि वर्ल्ड' है जिसकी ग्राहक संख्या ८५ लाख है। अमेरिकाके 'न्यूयार्क डेली न्यूज'का रविवासरीय संस्करण केवल ४५ लाख छपता है।

सबसे अधिक ग्राहकसंख्यावाला दुनियाका दैनिक पत्र भी ब्रिटेनमें है। 'डेली मिरर'की प्रचार-संख्या ४५,६६,९३० है। व्यावसायिक पत्रोंमें भी ब्रिटेनका नम्बर पहला है। साप्ताहिक 'रेडियो टाइम्स' ८० लाख छपता है।

ब्रिटेनमें करीब सवा सौ दैनिक अखबार हैं। डेढ़-डेढ़ दर्जन रविवासरीय और विशेष विषयोंके दैनिक हैं। हजारके ऊपर साप्ताहिक और करीब ३ हजार पत्रिकाएँ निकलती हैं। दैनिकोंमें १० बड़े राष्ट्रीय, देशीय या देशव्यापी प्रचारके हैं। इनमें तीन 'टाइम्स', 'मैञ्चेस्टर गार्जियन' और 'डेली टेलिग्राफ' गम्भीर, 'क्लास' या 'क्वालिटी' अखबार हैं। बाकी सात 'पापुलर' अर्थात् जनरञ्जक—न्यूज क्रानिकल, डेली एक्सप्रेस, डेली मेल, डेली हेराल्ड, डेली वर्कर, डेली मिरर और डेली स्कैच अखबार हैं। ये सस्ते १-१ पेन्सके बिकते हैं। ११ देशीय रविवासरीय पत्रोंमें आब्जर्वर और सण्डे टाइम्स गम्भीर पत्र हैं। न्यूज आफ दि वर्ल्ड और रिनाल्ड्स न्यूज भी उल्लेखनीय पत्र हैं। रविवासरीय पत्रोंकी ३ करोड़

प्रतियाँ छपती हैं। स्काट्समैन, यार्कशायर पोस्ट ये भी बड़े अखबार माने जाते हैं। साप्ताहिकोंमें इकनामिस्ट, न्यू स्टेट्समैन ऐण्ड नेशन, स्पेक्टेटर, टाइम एण्ड टाइड, ट्रिब्यून और ट्रुथका ब्रिटेनके बाहर भी नाम है।

समाचारपत्र व्यवसायका केन्द्रीयकरण ब्रिटेनमें भी हुआ है। वहाँ ९ दलोंने अधिकांश बड़े अखबारोंपर कब्जा कर लिया है। इन दलोंका तथा उन्होंने प्रसारसंख्याके कितने प्रतिशतपर अधिकार किया है इसका विवरण यह है—

'चेन' शृंखलाका नाम	संचालक	प्रचारसंख्या का प्रतिशत	बड़े पत्र
केम्सली न्यूजपेपर्स लिमिटेड	लार्ड केम्सली	१२·३%	३५
असोशिएटेड न्यूजपेपर्स लिमिटेड	लार्ड रादरमीयर	१४·८%	१७
लन्दन एक्सप्रेस न्यूजपेपर्स लिमिटेड	लार्ड बीवरब्रुक	१६·८%	४
डेली मिरर न्यूजपेपर्स लिमिटेड	गाई बार्थोलोम्यू	१२·९%	१
डेली न्यूज लिमिटेड	लार्ड लेटन	११·५%	२
ओढम्स प्रेस लिमिटेड		७·५%	२
वेस्टमिन्स्टर प्रेस प्राविंशियल न्यूज पेपर्स लिमिटेड		२·८%	१४
प्राविंशियल न्यूज पेपर्स लिमिटेड		१·६%	४
हार्म्सवर्थ प्रेस		·६९%	
		८०·८९%	

इन संस्थाओंके हाथमें प्रसारसंख्याका इतना प्रतिशत होनेपर भी १२६२ प्रादेशिक पत्रोंमेंसे १२६ से अधिक इनके हाथमें नहीं हैं। पत्रोद्योग-का केन्द्रीयकरण और विकेन्द्रीयकरण दोनों ब्रिटेनमें जैसा देखा जाता है वैसा और किसी देशमें नहीं है। लन्दनमें पत्रों और प्रसारसंख्याका जैसा केन्द्रीयकरण है वैसा दुनियामें और किसी शहरमें नहीं, पर छोटे अख-

बारोंका देशभरमें जैसा विकेन्द्रीयकरण है वैसा भी अन्यत्र कहीं नहीं है। ब्रिटेनकी भौगोलिक स्थिति इसका कारण है। देश छोटा है और औद्योगिक क्रान्तिका जन्मदाता रहा है। लन्दनकी फ्लीट स्ट्रीटमें यद्यपि डेली टेलिग्राफ और डेली एक्सप्रेस ये दो ही अखबार छपते हैं, पर यह पत्रकारीका अन्तर्राष्ट्रीय केन्द्र-सा हो गया है। मैंचेस्टरके ५० मील इर्द-गिर्दके क्षेत्रमें ११ करोड़ आदमी रहते हैं। इससे यह भी बड़ा अखबारी केन्द्र है। इसके बाद ग्लासगो और एडिनबराका नम्बर आता है।

ब्रिटेनमें करीब २००० पत्रिकाएँ निकलती हैं जिनमें १००० वाणिज्य और टेकनिकल विषयोंकी, ३०० धार्मिक, २५० खेलकूद तथा अन्य शौक, ७०-८० राजनीतिक और ६० महिलाओंके लिए हैं। 'डेली टेलिग्राफ' के संचालक लार्ड कैमरोजकी अमलगमेटेड प्रेस लिमिटेड कम्पनी ७० पत्रिकाएँ निकालती हैं। ओढ़म्स २३ और न्यूनेस-पियर्सन लिमिटेड से भी २६ पत्रिकाएँ निकलती हैं।

×　　　　×　　　　×

संयुक्तराष्ट्र अमेरिका

दुनिया भरमें यदि सबसे अधिक पत्र-प्रिय लोग ब्रिटेनमें हैं तो अखबारोंमें सबसे ज्यादा उन्नति अमेरिकाने की क्योंकि अमेरिकन जनता समाचारप्रिय होनेके साथ-साथ साधन-सम्पन्न और नावीन्य-प्रेमी भी है। वहाँ रोज ५-६ करोड़ अखबार बिकते हैं। करीब १० करोड़ लोग रोज अखबार पढ़ते होंगे। प्रति व्यक्ति पीछे प्रति वर्ष २ मन अखबारी कागज खर्च होता है। इतना तो शायद एक अमेरिकन औसतसे चीनी या मांस भी नहीं खाता। करीब ११ हजार पत्र-पत्रिकाएँ उस देशमें प्रकाशित होती हैं। उनमें करीब २००० दैनिक हैं। अमेरिकामें दैनिकोंकी बिक्री रविवासरीय पत्रोंसे अधिक होती है, ब्रिटेनमें रविवासरीय पत्र दैनिकोंसे अधिक बिकते हैं। अमेरिकामें दैनिक ५ करोड़ १० लाख छपते हैं। रविवासरीय ४ करोड़ ५० लाख छपते हैं। दैनिकोंकी पृष्ठ-संख्या २६ से भी अधिक रहती है। रविवासरीय पत्रोंकी पृष्ठ संख्या

तो कभी-कभी १०० तक पहुँच जाती है। न्यूयार्कमें रोज करीब १०० अखबार छपते हैं जिनमें ९ तो बहुत बड़े राष्ट्रीय पत्र हैं।

विज्ञानका पूरा उपयोग पत्र करते हैं। रेडियो, विमान, टेलिटाइप, टेलिफोटो, फोटो आफसेट छपाई आदिका उपयोग किया जाता है। छपाईकी मशीनोंका हिलना बन्द हो इसलिए वे रबड़पर बैठायी जाती हैं। छपाईमें 'मुद्रण' क्रियाकी आवश्यकता दूर की जा रही है, स्याही लगे टाइप और कागजके संयोगकी अब छपाईमें जरूरत नहीं होती। स्याही तेजीसे सुखानेके लिए स्याहियोंमें और रोलोंमें सुधार किये जा रहे हैं। स्याही द्रवरूप न होकर वाष्परूप की जा रही है। रोले गरम किये जाते हैं, रबड़की तरह एक प्रकारके सीमेण्टके रोले बनाये जा रहे हैं जो अधिक टिकते हैं। कुछ पत्र तो इतने बड़े हैं कि ४०-४० लाख तक उनकी ग्राहकसंख्या है और लोहा, अखबारी कागज, स्याही आदि जरूरी वस्तुओंका उत्पादन वे अपने यहाँ ही कर लेते हैं।

संयुक्तराष्ट्र अमेरिकामें सन १९५२ में शामके १५०८, सबेरेके ३७८ और रविवासरीय ५५८ अखबार निकलते थे। १९५२ में अंग्रेजी भाषाके दैनिकोंकी कुल प्रसारसंख्या औसत प्रतिदिन ५,३७,३८,००० थी। जन-संख्याके प्रति तीन मनुष्य पीछे एक अखबार पड़ा। शामके अखबार ३,२४,१४,०००; सबेरेके २,०४,००,०००; सातों दिनके ४ दैनिक ९,२४,००० और रविवासरीय ४,५६,९०,००० निकलते थे।

१९५२ में १४१ अमेरिकन दैनिक ५ सेण्टसे ज्यादा दाममें (लग-भग ३ आनेमें) बिकते थे, २६ दैनिक १०-१० सेण्टके थे। १९५२ में कुल ५१५ दैनिकोंने अपने दाम बढ़ाये। इनमेंसे ५४ की ग्राहकसंख्या दाम बढ़ानेसे बहुत घट गयी।

अमेरिकामें समाचारपत्रोंके प्रकाशक, सञ्चालकोंकी सबसे बड़ी संस्था अमेरिकन न्यूजपेपर पब्लिशर्स असोसिएशन है। १९५३ में इसके ७८६ सदस्य थे। न्यूयार्कमें उसका ६७वाँ वार्षिक अधिवेशन मई १९५३में हुआ।

राष्ट्रपतिकी प्रेस कान्फरेन्से

अमेरिकामें लोकतन्त्रके तीव्र विकासमें पत्रकारीका बहुत हाथ रहा है। थियोडोर रूजवेल्टके राष्ट्रपतित्वकालमें उन्होंने अखबारवालोंसे बहुत निकटसम्पर्क रखा था। राष्ट्रपति विल्सनने प्रेस कान्फरेन्सोंका सिलसिला प्रारम्भ किया। फ्रैंकलिन रूजवेल्टके समय तो ये प्रेस कान्फरेन्सें बहुत स्वतन्त्र रूपसे होती थीं और प्रश्नोत्तरोंकी झड़ीके कारण शासनको बहुत लोकानुवर्ती होना पड़ता था। उनके समयमें रेडियो भी पत्रकारीके क्षेत्रमें पूरी तरह आ गया था और रूजवेल्टके 'ओसारेके लेक्चर' (फायरसाइड चैट) बहुत प्रसिद्ध रहे। राष्ट्रपति आइसनहावरने अब टेलिविजनका पूरा-पूरा उपयोग करना शुरू किया है। जून १९५३ के पहले सप्ताहमें आइसनहावरने अपने सचिवमण्डलके चार सदस्योंके साथ टेलिविजनपर सरकारी कार्योंके सम्बन्धमें प्रकाश डाला। जनतातक, और लाखों-करोड़ों जनतातक एक साथ, अपने विचार और अपने कार्योंकी जानकारी पहुँचानेकी दृष्टिसे यह कार्यक्रम बहुत सफल रहा।

× × ×

सोवियट रूस

रूसमें प्रचलित राजनीतिक दर्शनमें व्यक्तिसे अधिक महत्त्व समाजको और जीवनसे अधिक महत्त्व श्रमको दिया गया है। इसीलिए वहाँ जनता के (बच्चे जननेवाले मनुष्य प्राणियों, प्रोलातारियत) नामपर राज्य करनेवाली सरकार और उसको बनानेवाली मजदूरों (श्रमिकों) की कम्युनिस्ट पार्टीका लक्ष्य साधनेके एकमात्र काममें समाचारपत्रोंको लगाया जाता है। समाचारपत्र व्यक्तिगत मालिकोंके नहीं होते, पर मजदूरोंकी सहकारी समितियाँ अखबार चलाती हैं।

१९५३ में रूसमें ८३०० अखबार और १५०० पत्रिकाएँ निकलती थीं। तीन तरहके पत्रोंके नियन्त्रणकर्ता हैं। 'इजवेस्तिया' जैसे सरकारी पत्र हैं। 'प्रावदा' जैसे कम्युनिस्ट पार्टीके पत्र हैं और स्थानीय उपयोग के लिए मजदूर संघों और सहकारी समितियोंके पत्र हैं। बड़ी राष्ट्रीय समाचार-समिति 'तास' सरकारी है।

अखबारोंके दफ्तरोंमें छोटी-छोटी कमेटियाँ अपने अखबारके लिए जिम्मेदार रहती हैं। अखबारमें क्या छपे इसका निर्णय लिखी हुई चीज देखकर सरकारी सेन्सरोंको नहीं करना पड़ता, पर लेखकोंके दिमागोंमें लिखनेके पहले ही चीज सेंसर हो जाती है।

रूसी पत्रोंमें अधिकतर लेख पाठकोंके, जिन्हें श्रमजीवी संवाददाता कहा जाता है, रहते हैं। पाठकोंकी बैठकें भी अखबार अकसर बुलाते हैं। पाठक सम्पादकके नाम पत्र भी खूब लिखते हैं। रूसमें ११९ भाषाओंमें पत्र निकलते हैं। सबकी मिलाकर प्रसारसंख्या ४ करोड़ १७ लाख बतायी गयी है। क्रान्तिके पहले रूसमें ८५९ पत्र थे जिनकी प्रसार-संख्या २७ लाख थी। क्रांतिके बादके समाचारपत्रोंके उद्देश्योंके बारेमें कालिनिनने लिखा था—'सोवियट प्रेस जनताको समाजवादी शिक्षा देने के उद्देश्यकी पूर्ति करता है।' रूसमें कोई २० लाख श्रमजीवी संवाददाता होंगे। छपे हुए पत्रोंके अतिरिक्त लाखों हस्तलिखित पत्र भी निकलते हैं जिनमें श्रमिकोंके प्रति दिनके कामोंका वर्णन रहता है। शहरोंमें सड़कोंपर सैकड़ों, हजारों बोर्ड रहते हैं जिनपर अखबार चिपकाये जाते हैं और जनता उन्हें पढ़ती है।

पश्चिमी सर्वस्वतन्त्र लोकतन्त्रमें जैसी पत्र-स्वतन्त्रता है वैसी श्रमिक लोकतन्त्र सोवियट रूसमें नहीं है। स्टालिनकी मृत्युका समाचार किस पृष्ठपर किस प्रकार छापा जाय इसके विस्तृत आदेश रूस भरके समाचार-पत्रोंको रेडियो-तारसे दिये गये थे। ये आदेश भेजनेके दो घण्टे बाद ही दुनियाको यह प्रकट किया गया कि ८। घण्टे पहले स्टालिनकी मृत्यु हो गयी। (भारतमें गांधीजीकी हत्याके आधे घंटेके अन्दर ही दुनिया भरमें उनकी मृत्युका समाचार मिल गया था और वहाँकी प्रतिक्रियाएँ भी दिल्ली पहुँच गयी थीं।)

रूसके सर्वाधिक लोक-प्रसारित पत्र 'प्रावदा' का प्रारम्भ ५ मई सन् १९१२ को हुआ, इसलिए वहाँ ५ मईको देश भरमें प्रेस-दिवस मनाया जाता है।

चीन

चीनमें राजनीतिक क्रान्तिके साथ-साथ पत्रोद्योगमें भी क्रान्ति हुई। अखबार अब जनताकी सहकारी संस्थाएँ निकालती हैं। ट्रेड यूनियनोंकी ओरसे ८० अखबार निकलते हैं (सन् १९५० की संख्या।) १६ के करीब उन भाषाओंके पत्र हैं जिनके बोलनेवालोंकी संख्या कम है। जनसरकारकी ओरसे २९ मार्चसे १६ अप्रैल सन् १९५० तक राष्ट्रीय पत्रोद्योग परिषद् हुई। परिषदके निर्णय २२ अप्रैलके सरकारी पत्रकमें छापे गये। इसके अनुसार अखबारोंसे कहा गया कि वे जनताके श्रम और उत्पादन, उत्पादन सम्बन्धी सरकारके सफल अनुभव और सुधारी गयी सरकारी गलतियोंकी खबरोंको अधिक जगह दें। पत्रकारोंसे कहा गया कि वे जनतासे, उनकी संस्थाओंसे और उनके कार्यकर्ताओंसे निकट सम्बन्ध रखें।

जनता और सरकारके बीचकी कड़ीका काम पत्र कर रहे हैं। कम्युनिस्ट पार्टीके मुखपत्र 'पीपुल्स डेली' के पास रोज ४०० पत्र पाठकोंके आते हैं। 'होपेई' दैनिकके १६०० संवाददाता ऐसे हैं जो मजदूर, किसान, छात्र, मुक्तिसेनाके सैनिक या सरकारी नौकर हैं।

१९ अप्रैल सन् १९५० के एक सरकारी घोषणापत्र द्वारा कार्यकर्ताओंसे कहा गया कि वे पत्रोंमें टीका और आत्मटीका पद्धतिको प्रोत्साहन दें। टीकाके उत्तर भी प्राप्त कर प्रकाशित करनेकी जिम्मेदारी अखबारोंपर डाली गयी।

मुकदेनके 'ईशान्यविभाग दैनिक'का प्रचार सन् १९५०की गरमियोंमें १॥ लाख था। सन् १९५१ की सरदियों तक वह २ लाख हो गया। कैण्टनके 'दक्षिण विभाग दैनिक' का प्रचार ३० हजारसे बढ़कर ५० हजार हो गया है। शंघाईके मजदूर दैनिकोंकी ग्राहकसंख्या भी पचास हजारसे बढ़कर ८० हजार हो गयी है। सिसानके 'मासेस' नामके किसानोंके पत्रकी ग्राहकसंख्या भी ३० हजारसे ९० हजार हो गयी है।

साक्षर-निरक्षर पाठक दल बनाकर अखबार पढ़ते-सुनते हैं। दक्षिण

कियांगसी दैनिकने १ महीनेमें १८३ पाठक-दल बनाये जिनमें १८३९ पाठक शामिल थे।

एकजूटके 'कामन प्रोग्राम' में कहा गया है कि 'सच्चे समाचार प्रकाशित करनेका पत्रस्वातन्त्र्य चीनमें अबाधित कायम रहेगा।'

चीनमें सेन्सरशिप नहीं है, पर झूठे समाचारोंपर 'जनता' की ही नजर रहती है इसलिए झूठी और गलत खबरें छापनेका स्वातन्त्र्य अखबारोंको नहीं है।

शंघाईका 'नार्थ चाइना डेली न्यूज' नामका अंग्रेजी अखबार १०० साल निकलनेके बाद १ अप्रैल सन् १९५१ को हमेशाके लिए बंद हो गया। चीनमें नयी राष्ट्रीय क्रान्ति हो जानेके कारण अंग्रेजी अखबारका वहाँ कोई महत्त्व नहीं रहा।

× × ×

पाकिस्तान

उर्दू, सिन्धी, पश्तो, बंगला आदि भाषाओंके पत्रोंके अतिरिक्त कराचीसे ४ गुजराती पत्र भी निकलते हैं। पूर्वी पाकिस्तानमें बंगला पत्रोंका प्रचार अधिक है। अंग्रेजी पत्र पश्चिमी पाकिस्तानमें अधिक चलते हैं। पूर्वी पाकिस्तानमें बंगला दैनिक 'आजाद', सिंधमें 'डान' (अंग्रेजी, गुजराती), पंजाबमें अंग्रेजी सिविल-मिलिटरी गजट, पाकिस्तान टाइम्स, तथा उर्दू जमींदार, नवाई वक्त, इमरोज आदि पत्र प्रसिद्ध हैं। पत्र-पत्रिकाएँ करीब १०० होंगी।

६ दिसम्बर सन् १९४७ को कराचीके 'डेली गजट' के सम्पादक श्री एस० एस० एम० शर्माके सभापतित्वमें पाकिस्तान सम्पादक-सम्मेलन (न्यूजपेपर एडिटर्स कानफरेन्स) की स्थापना हुई। श्री अल्ताफ हुसेन (डान) पहले अध्यक्ष थे। सदस्यता का वार्षिक चन्दा ५०) है।

× × ×

लंका

लंकामें अंग्रेजी, सिंहली और तामिल भाषाके पत्र निकलते हैं। तीन बड़ी कम्पनियाँ टाइम्स आफ सीलोन लिमिटेड, असोशियेटेड न्यूज

पेपर्स आफ सीलोन लिमिटेड और वीरकेसरी लिमिटेड नामकी हैं। सीलोन डेली न्यूज, सीलोन आब्जर्वर, टाइम्स आफ सीलोन अंग्रेजी अखबार हैं। **सिंहली साप्ताहिक 'सिलुमिना' सवा लाख छपता है और कहते हैं कि दक्षिण-पूर्व एशियामें सबसे अधिक प्रचार-वाला यही पत्र है।** डेली न्यूजकी ग्राहक संख्या ४० हजारसे ऊपर बतायी जाती है। सभी पत्रोंका ब्रिटिश पत्रोंसे घनिष्ठ सम्बन्ध है। तीनों कम्पनियोंने मिलकर सन् १९५१ में प्रेस ट्रस्ट आफ सीलोन नामकी समाचार-समिति बनायी है। यह रायटरसे विदेशी समाचार लेती है। **आब्जर्वर पत्र ४ फरवरी सन् १८३४ को निकला। स्वेजके पूर्व यह सबसे पुराना चालू अंग्रेजी अखबार है।** लंकाको स्वतन्त्रता भी ४ फरवरीको ही सन् १९४८ में मिली। टाइम्स आव सीलोनने ११ जुलाई सन् १९४६ को अपनी पहली शताब्दी मनायी। सिंहली दैनिक 'दीनामिना' का बहुत प्रभाव है। सब मिलाकर करीब ५० पत्र-पत्रिकाएँ होंगी।

× × ×

बर्मा

बर्मी और अंग्रेजी पत्रोंके अतिरिक्त चीनी, तेलगू, तामिल, उर्दू और हिन्दी पत्र भी निकलते हैं। बर्मी पत्रोंमें हंथावडी, रंगून डेली, न्यू लाइट आफ बर्मा, बामाखित और अंग्रेजीमें नेशन प्रसिद्ध पत्र हैं। हिन्दी पत्रका नाम 'प्राची प्रकाश' है। एक हिन्दी साप्ताहिक भी नया निकला है।

× × ×

हिन्देशिया

पत्र-स्वातन्त्र्य देशके संविधानमें निहित है। डच, चीनी और हिन्देशियाई भाषाओंमें पत्र निकलते हैं। स्वराज्यके बाद स्वदेशी भाषाके पत्रोंका महत्त्व बढ़ा है। ४ लाख ग्राहक और १०० दैनिक देश भरमें होंगे।

जकार्तासे १० और बांदुंग, जोग्जाकार्ता, सुराबाया, मेडानमें भी

अच्छे दैनिक-पत्र हैं। बांदजरमसीन, सेमारङ्ग, मकासरसे भी स्थानीय महत्त्वके दैनिक-पत्र निकलते हैं।

दो समाचारसमितियाँ हैं। डच एजेन्सीका नाम 'अनेता' और हिन्देशियाई एजेन्सीका नाम 'अन्तारा' है। 'अन्तारा' के प्रधान सम्पादक श्री दूजाबोटोके नेतृत्वमें जकर्तामें असोसिएशन आफ इण्डोनेशियन जर्नलिस्ट नामक संस्था काम करती है। युनाइटेड पब्लिशर्स आफ इण्डोनेशियाके नेता पत्रकार श्री सुमनङ्ग हैं।

× × ×

कनाडा

भारतकी तरह यह देश भी विशाल होनेके कारण यहाँके समाचार पत्रोंमें स्थानीय समाचार अधिक रहते हैं। ११५ दैनिकोंमें अधिकतर शामको ही निकलते हैं। 'टोरण्टो डेली स्टार' का सबसे अधिक प्रचार ५ लाख है। इसमें ⅔ जगह विज्ञापनसे भरी रहती है। सबेरेके अखबारोंमें टोरण्टोके 'ग्लोब एण्ड मेल' का प्रचार २॥ लाख है। बड़े पत्र अंग्रेजी और फ्रेंच भाषाके हैं। कनाडियन प्रेस समाचारसमिति रायटर और अमेरिकन असोसिएटेड प्रेससे विदेशी समाचार लेती है। उक्त समितिके अतिरिक्त ब्रिटिश युनाइटेड प्रेस देशी समाचार एकत्र करती है। रविवासरीय केवल ३ अखबार हैं।

× × ×

फ्रांस

फ्रांसके अखबार अधिकतर पार्टी अखबार हैं। समाजवादी पार्टीका 'ला पापुलेर', कम्युनिस्ट पार्टीका 'ला ह्यूमनाइट', एम० आर० पी० का 'मूवमेण्ट रिपब्लिकन', पापूलर पार्टीका 'ला आब्रे' ये अखबार केवल अपनी-अपनी पार्टियोंकी रायपर जोर देते हैं। 'फ्रांस-सायर', 'से सायर' ये केवल समाचारोंपर अधिक जोर देते हैं।

× × ×

भारतके बाहर नेपाल, बर्मा, मारीशस और फीजीमें हिंदी समाचारपत्र निकलते हैं।

समाचारपत्रोंका कर्तव्य

पत्र और जनमत

समाचारपत्रोंके कर्तव्यके सम्बन्धमें पहला प्रश्न यह पूछा जाता है कि पत्रोंका कर्तव्य जनमतका प्रकाशन है या जनमतका मार्गदर्शन। सच पूछा जाय तो पत्रोंके तीन प्रधान कर्तव्य हैं। पहला तो जनमतको प्रदर्शित करना है, दूसरा जनमत तैयार करना और तीसरा जनमतका मार्गदर्शन करना है। पत्रका काम वर्तमान इतिहासको बताते चलना है। छोटी-छोटी बातें भी इतिहास बनाती हैं। जनतामें और सार्वजनिक, सरकारी संस्थाओंमें घुसी बुराइयोंके विरुद्ध जनमत तैयार करना पत्रोंका कर्तव्य है। मानहानिके कानूनसे बचकर जहाँतक आगे जाना सम्भव हो, पत्रको जाना चाहिये।

पत्रों और सरकारका सम्बन्ध क्या होना चाहिये? परराष्ट्रीय मामलोंमें पत्रोंको कहाँतक सत्य छिपाना उचित है? सरकारोंका और पत्रोंका, दोनोंका ही काम जनशिक्षण है, पर सरकारोंको जैसे दूसरे भिन्न मतवाले देशोंकी सरकारोंसे स्वार्थ-सिद्धिके लिए सत्यकी या नैतिक सिद्धान्तोंकी उपेक्षा कर समझौते भी करने पड़ते हैं उसी प्रकार क्या पत्रोंके लिए भी सत्यको तोड़ना-मरोड़ना उचित है? एक उत्तर इसका यह है कि सरकारोंका कर्तव्य जहाँ राष्ट्रीय रहता है वहाँ भी पत्रोंका कर्तव्य जागतिक रहता है। पत्रको सदैव सत्यका आश्रय लेना चाहिये।

यह सच है कि जैसी जनता होती है वैसी ही उसे सरकार मिलती है और वैसे ही उसे पत्र भी मिलते हैं। पर यह बात उन्हीं देशोंमें लागू होती है जहाँ व्यक्तिगत स्वतन्त्रताके आधारपर लोकतन्त्र स्थापित रहता

है—राजनीति और अर्थनीति लोकानुवर्ती होती है। जहाँ राजनीति और अर्थनीति नियोजित रहती है वहाँ सरकार और समाचारपत्र भी पूर्व नियोजनसे ही चलते हैं।

बढ़ते हुए पाठकोंकी नयी-नयी और नाना प्रकारकी अभिरुचियोंके अनुकूल अपनेको बनाते चलना और आवश्यक परिवर्तन करते चलना तथा देशके व्यापार-वाणिज्यकी आवश्यकताएँ पूरी करना ये समाचार-पत्रोंके दो और कर्तव्य हैं।

इसी परिवर्तन-प्रक्रियामें 'पापुलर' (लोकप्रिय) पत्रोंका विकास होता है। शिक्षाकी वृद्धिके साथ 'पापुलर' पत्रोंका भी तेजीसे प्रसार होता है। इंग्लैण्डमें जब पापुलर पत्रोंकी प्रथा शुरू हुई तो लार्ड सैलिसबरीने उनकी यह कहकर खिल्ली उड़ायी थी कि 'ये दफ्तरके चपरासियों द्वारा लिखे गये दफ्तरके चपरासियोंके उपयोगके अखबार' हैं। भारतमें भी लोकमान्य तिलक आदिने अखबारोंको बहुजन समाजतक पहुँचानेकी कोशिश की तो उनके अखबारको लोग 'तेली-तमोलीका अखबार' कहने लगे। दर्जनों शिक्षा-मन्त्री जो काम नहीं कर सकते वह एक लोकप्रिय अखबार कर सकता है। जनता अखबारोंको अपना गुरु बना लेती है और अखबारोंने यदि जनताके शिक्षकका काम नहीं किया तो वे जनताका विश्वास खो बैठते हैं। प्रारम्भिक शिक्षा समाप्त करनेके बाद १३-१४ सालसे बड़ी अवस्थाके सब लोग अखबारोंकी तरफ अपने पथप्रदर्शककी हैसियतसे देखने लगते हैं। उनकी आवश्यकताएँ समाचारपत्रोंको अवश्य पूरी करनी होंगी। बाहरी दुनियाका, अपने देशकी राजनीतिका, अपने देशकी परराष्ट्रनीतिका और सामाजिक और नीति-धर्म सम्बन्धी विचार-धाराओंका ज्ञान लोग अखबारोंसे प्राप्त करना चाहते हैं। जीवन-यापनके घोर परिश्रमसे थके लोग एक क्षण मनोरञ्जनके लिए भी अखबारोंकी तरफ देखते हैं। उनमें वे नाट्य, साहस, दुस्साहस और स्वप्नदर्शियोंके स्वप्नोंकी कहानियाँ पढ़ना चाहते हैं।

राजनीतिक क्षेत्रमें लोकतन्त्रकी सफलताके लिए यह आवश्यक है कि

हर एक नागरिक यह पूरी तरह जान सके कि उसके द्वारा चुने गये प्रतिनिधि क्या कर रहे हैं। सार्वजनिक विषयोंपर सार्वजनिक रूपसे चर्चा करनेका हर एक नागरिकको अवसर मिलना चाहिये। समाचारपत्र ही ये दोनों काम कर सकते हैं। इस विषयमें संसद और विधान सभाओंके विवरण तथा 'सम्पादकके नाम पत्र' स्तम्भ बड़े उपयोगी होते हैं।

मनुष्यको बौद्धिक रूपसे नागरिक बनानेका काम पहले तो प्रारम्भिक माध्यमिक पाठशालाएँ करती हैं, पर इसके बाद इसकी सारी जिम्मेदारी आजकलकी दुनियामें अखबारोंकी हो जाती है।

तुर्कीमें नया प्रयोग

लोकतान्त्रिक स्वतन्त्रता और पत्र-स्वातन्त्र्यका एक 'अनिवार्य' दोष यह कहा गया है कि इससे और राजनीतिक पार्टी-प्रणालीसे पत्रोंमें भी आत्यन्तिक पक्ष-ग्रहणका दोष आ जाता है। कुछ या तो सरकारोंके कट्टर दुश्मन हो जाते हैं या फिर कुछ इतने समर्थक कि अपना कर्तव्य भी भूल जाते हैं। इन दोषोंको दूर करनेके उद्देश्यसे और पथभ्रष्टतापर रुकावट डालने तथा संतुलित पत्रकारी कायम रखनेके लिए तुर्कीमें एक नया प्रयोग किया जा रहा है। एक प्रेस कौंसिल बनायी गयी है जिसमें शासक-पार्टीके पत्रों, विरोधी पत्रों और स्वतन्त्र पत्रोंके सम्पादक हैं। प्रधान मन्त्री, अन्य सहयोगियों और सरकारी अधिकारियोंके साथ प्रति महीने प्रेस कौन्सिलका एक गुप्त सम्मेलन बुलाते हैं, जिसमें कई घण्टे तक गुप्त परामर्श होता है। विदेशोंमें जब सरकारी प्रतिनिधि-मण्डल या सरकारी नेता जाते हैं तो अपने साथ विरोधी और स्वतन्त्र पत्रोंके सम्पादकोंको सलाहकार बनाकर ले जाते हैं।

तुर्कीमें यह प्रयोग बहुत सफल हो रहा है। अन्य देशोंके अखबारों, सरकारों और राजनीतिक पार्टियोंको गम्भीरतासे विचार करने लायक यह प्रयोग है।

पत्र-स्वातंत्र्य

पत्र-स्वातंत्र्यसे केवल पत्रों और पत्रकारोंका ही सम्बन्ध है, यह बात नहीं। पत्र-स्वातंत्र्य तो हर नागरिकके मूल अधिकारोंमेंसे एक है। हर नागरिकका यह मौलिक अधिकार है कि वह अपने विचारोंको स्वतंत्रता-पूर्वक प्रदर्शित करे। छपाईकी कलाने पत्र-स्वातंत्र्यको विचार-स्वातंत्र्यका एक महत्वपूर्ण अंग बना डाला है। विशुद्ध लोकतंत्रमें स्वतंत्र रूपसे निर्वाचित लोकतंत्रात्मक पार्लमेंट जो कानून पास करती है उसका पालन करते हुए हर व्यक्तिको और हर देशमें समाचार प्राप्त करनेकी और समाचार तथा मत प्रकाशित करनेकी पूरी स्वतंत्रता होनी चाहिये। जनताका यह अधिकार है कि उसके नामपर जो कुछ निर्णय किये जायँ उनकी पूरी जानकारी उसे मिले, सारे तथ्य उसको मालूम रहें, जब उसे कोई बात अच्छी न लगे तो उसपर नाराजगी प्रकट करनेका और अन्यायके विरुद्ध विरोध प्रकट करनेका उसे पूरा अधिकार रहे।

इसीलिए पत्र-स्वातंत्र्यपर जब हमले हों तो उनका प्रतिकार करना केवल पत्रकारोंका ही काम नहीं है, जनताका भी काम है। पत्र-स्वातंत्र्य भी कानूनसे सीमित किया जाता है। राष्ट्रीय सुरक्षाके लिए जो बातें गुप्त रहनी आवश्यक हैं, सरकारोंको हिंसात्मक ढंगसे बदलनेको उभाड़ने वाली बातें, अश्लील चीजें, न्याय विभागकी स्वतंत्रतापर आघात करने-वाली या अदालतकी कारवाइयोंको सुचारु रूपसे चलनेमें बाधा डालनेवाली बातें तथा दूसरे लोगोंकी बदनामी या मानहानि करने-वाली बातें अखबारोंमें न छपनी चाहियें, यह सर्वमान्य-सा सिद्धान्त हो गया है।

कभी-कभी सरकारें इन सिद्धान्तोंका अर्थ तोड़मरोड़कर अपने मनके लायक लगाती हैं और सरकारी गोप्य या मानहानिके कानूनोंको व्यर्थ ही बढ़ाचढ़ाकर पत्र-स्वातंत्र्यका हनन करनेका प्रयत्न करती हैं। राजनीतिक विषयोंमें सरकारी सूचना-विभाग कभी-कभी अनुचित दबाव डालते हैं। सरकारका काम अपनी नीति समझाना और निष्पक्ष रूपसे जनताको सारी जानकारी उपलब्ध कर देना है। पर प्रत्यक्ष सेन्सर न लगाकर भी कभी-कभी वह अपने समाचार दबाव डालकर छपवानेका प्रयत्न करती है। ऐसी स्थितिमें जनताका यह कर्तव्य है कि वह इस तरहके दबावका विरोध करनेमें पत्रोंकी सहायता किया करे।

स्थानीय स्वायत्त शासन हो या प्रान्तीय वा केन्द्रीय सरकारें हों जब वे कोई बात छिपा रखनेका प्रयत्न करें तो समाचार-पत्रोंका यह कर्तव्य है कि वे इसका विरोध करें।

अखबारी कागजकी विशेष कमी न होते हुए भी उसपर कण्ट्रोल-रखना एक प्रकारका पत्र-स्वातन्त्र्य-हनन ही है। इससे अखबारोंको कम कागज मिलता है, नये अखबार नहीं निकलते। जनता और समाचार-पत्र दोनोंको इस कण्ट्रोलसे सावधान रहना चाहिये। संवाददाता सब देशोंमें स्वतन्त्रतापूर्वक विचरण कर सकें और प्राप्त समाचार निर्बाध रूपसे भेज सकें ये बातें भी पत्र-स्वातन्त्र्यके लिए आवश्यक हैं।

एक स्थान ऐसा भी रहता है जहाँ पत्रों और जनतामें संघर्ष होना अनिवार्य है। जब पत्र ही अपनी स्वतन्त्रताका दुरुपयोग करने लगते हैं तब जनताको पूरा अधिकार है कि वह अपनी नापसंदगी प्रदर्शित करे। कहा जाता है कि जैसी जनता होगी वैसे समाचार-पत्र होंगे। यथा प्रजा तथा पत्र। पत्र रोज-रोज अपना काम जनताजनार्दनकी अदालतमें फैसलेके लिए रखता है। जनता पत्रको पसंद करती है या नहीं, इसका निर्णय पत्रकी बिक्रीके आँकडोंसे लग जाता है।

जनताकी रायका प्रभाव जितना जल्दी समाचार-पत्रपर पड़ता है

इतना और किसीपर, गवर्मेण्टपर भी, नहीं पड़ता। जनतामें यह शक्ति है कि वह पत्रोंको प्रभावित कर सकती है। जनता किसी पत्रको जिला सकती है या किसीको नष्ट कर डाल सकती है। यदि जनता सुशिक्षित, जागरूक, चैतन्ययुक्त रहे तो वह पत्र-स्वातन्त्र्यकी भी रक्षा कर सकती है और यदि इस स्वातंत्र्यका पत्रोंने दुरुपयोग किया तो उसे भी समुचित रूपसे रोक सकती है।

अमेरिकन जनताको उनके संविधानसे ही सूचना-स्वातंत्र्य, वाद-विवाद-स्वातंत्र्य और टीका-स्वातंत्र्य मिला है। इसलिए वहाँके अखबार लोकतंत्रात्मक स्वतन्त्रताके रक्षक हो गये हैं। मानहानिकर और अश्लील बातें छोड़कर और सब कुछ छापनेकी स्वतन्त्रता अमेरिकन अखबारोंको होती है।

अत्याचारी शासक अपने अत्याचारके लिए मार्ग साफ करनेको सबसे पहले सत्यका गला घोटते हैं। इसीलिए सबसे पहले उनकी दृष्टि अखबारों, धार्मिक मन्दिरों और स्थानों तथा पाठशालाओंपर जाती है क्योंकि ये सत्यके वासस्थान रहते हैं। अत्याचार कभी टीका सहन नहीं करता, वह अखबारोंको अपने हाथमें रखना चाहता है। गोबेल्स इसीलिए कहते थे कि सरकारको अखबारोंके सुर छेड़कर गाना गाना चाहिये। स्वतन्त्र सरकार बिना टीकाके स्वतन्त्र नहीं रह सकती। पत्र-स्वातन्त्र्य कोई सनक और मनोरंजनकी बात नहीं,यह स्वातंत्र्यके लिए अत्यावश्यक चीज है। इस कारण समाचारपत्रोंकी जिम्मेदारी और भी बढ़ जाती है। ऐतिहासिक आवश्यकता है कि पत्र स्वतन्त्र रहे। खुद अपने द्वारा लगाये गये बन्धनोंको छोड़कर पत्रोंको और सब बातोंमें पूर्ण स्वतन्त्र होना चाहिये। वे न किसी एक राजनीतिक पार्टीके गुलाम हों, न किसी एक खास आर्थिक हितसे बँधे हों। पत्र पार्टी या धर्मका हो सकता है, पर सर्वसाधारण जनताके हितोंको वह पार्टी-हितमें होम नहीं सकता। इसीलिए हरएक पत्रका सर्वप्रथम कर्तव्य यह हो जाता है कि वह घटनाओंका वर्णन औचित्यपूर्ण, निष्पक्ष और व्यापक रूपसे करे।

संयुक्त राष्ट्रसंघ और पत्र-स्वातन्त्र्य

आजकी वैज्ञानिक दुनियामें पत्र-स्वातन्त्र्य अब किसी एक देशका अलग विषय नहीं रहा। यह अन्तराष्ट्रीय विषय हो गया है। संयुक्त-राष्ट्रसंघके मानवीय अधिकारोंके घोषणापत्रमें इस विषयको अन्तर्भूत कर लिया गया है। अन्तर्राष्ट्रीय पत्र-स्वातन्त्र्यके प्रश्नपर एक समिति बहुत दिनोंसे विचार भी कर रही है।

संयुक्त राष्ट्रसंघके यूनेस्को संघटनने सूचना-स्वातन्त्र्य और प्रेस-स्वातन्त्र्यकी जाँचके लिए अप्रैल सन् १९४७ में एक सब-कमीशनकी नियुक्ति की थी। इसमें रूसी और अमेरिकन प्रतिनिधियोंके विचारमें पत्र-स्वातन्त्र्यकी व्याख्यामें ही मतभेद था। अमेरिकाका कहना है कि पत्र-स्वातन्त्र्य स्वतः लक्ष्य है इसलिए हर एक नागरिकका मूल अधिकार है। रूसका कहना है कि पत्र-स्वातन्त्र्य साधन है और हर एक नागरिकका अधिकार भी है पर यह उन्हींको प्राप्य हो जो शान्ति और विश्वसुरक्षाके पक्षके हो।

मई सन् १९५० में सब-कमीशनकी एक बैठक माण्टेवीडियोमें हुई जिसमें पत्रकारोंके लिए एक नीति-संहिता तैयार की गयी। इसमें कहा गया है कि पत्र-स्वातन्त्र्य मानवीय मूल अधिकार है और विश्वशान्तिके लिए आवश्यक है इसलिए स्वयं पत्रकारोंको अपनी वृत्तिके सम्बन्धमें कुछ नैतिक नियम मानने चाहिये। समाचार बिलकुल सत्य हों; व्यक्तिगत स्वार्थ उसमें बिलकुल न आवें; किसीकी बदनामी करनेवाली चीजें न छापी जायँ; छपी चीज असत्य मालूम होनेपर तुरत भूल सुधारी जाय; पत्रकार ऐसा व्यवहार न करें जिससे पत्रकारोंकी प्रतिष्ठा और सम्मान तथा सत्यनिष्ठापर जनताके विश्वासको धक्का लगे; व्यक्तिगत जीवनकी गन्दी, अशोभनीय बातें न छापी जायँ।

इस नीति-संहितामें ५ धाराएँ हैं। सब-कमीशनने इसे बहुमतसे स्वीकार किया है पर अमेरिका और रूस दोनों इस बातके विरुद्ध हैं कि संयुक्त राष्ट्रसंघकी जनरल असेम्बलीकी ओरसे पत्रकारोंका एक अन्तर्राष्ट्रीय

सम्मेलन बुलाया जाय और उसमें इस नीति-संहितापर विचार किया जाय। अमेरिकाको सन्देह है कि ऐसा कर पिछड़े हुए देश उसके पत्रकारों-पर बन्धन लगाना चाहते हैं। रूसको यह आपत्ति है कि इस नीति-संहितामें फासिज्म-विरोधकी आवश्यकताका स्पष्ट उल्लेख नहीं है। अमेरिका जिस स्वातन्त्र्य-सीमितीकरणसे डरता है उसका प्रस्ताव सब-कमीशनमें भारतने किया था।

यूरोपीय कौंसिल और पत्र-स्वातन्त्र्य

यूरोपीय कौंसिलने तो पश्चिमी यूरोपमें पत्र-स्वातंत्र्यको अपने सदस्य देशोंका संयुक्त उत्तरदायित्व बना दिया है। मनुष्यके मौलिक अधिकारोंमें एक यह मान लिया गया है कि सरकारें समाचारपत्रोंके स्वातंत्र्यमें दखल न दें। इतिहासने कई बार यह दिखा दिया है कि आज जो अल्पसंख्यक मत है वही कल बहुसंख्यकोंकी स्वीकृत परम्परा बन जाता है। इसीलिए पत्र-स्वातंत्र्य मानवीय मूल अधिकार माना गया है।

पत्र-स्वातन्त्र्य और भारतीय संविधान

भारतीय संविधानमें 'पत्र-स्वातंत्र्य' शब्दका कहीं उल्लेख नहीं है। संविधान बनाते समय उसके विधाताओंका ध्यान जब इस बातकी ओर दिलाया गया तो उन्होंने कहा कि भाषण-स्वातंत्र्य और विचार-स्वातंत्र्य में पत्र-स्वातंत्र्य आ जाता है। संविधानके परिशिष्टमें केवल एक जगह 'समाचारपत्र' नाम आया है। सङ्घ सरकार और राज्य सरकारें दोनों जिन विषयोंपर कानून बना सकती हैं उन विषयोंमें एक 'न्यूजपेपर' वा समाचारपत्र भी है।

मई सन् १९५१ में प्रधान मन्त्री नेहरूजीने संविधानमें संशोधन करनेके उद्देश्यसे एक विधेयक पार्लमेण्टमें उपस्थित किया। संविधानकी धारा १९ (२) में संशोधन करनेके लिए यह बिल था। संविधानके मूल अधिकारोंमें भाषण-स्वातन्त्र्य और विचार-स्वातन्त्र्यके जो मूल अधिकार माने गये हैं उनमें इससे संशोधन होता था। इसलिए देश भरके अखबारोंमें इसका विरोध हुआ। संविधानकी मूल धारा १९ (२) के अनुसार

मानहानि, अदालतका अपमान, बदनामी, अनैतिक और अशिष्ट और राज्यकी सुरक्षाको धक्का पहुँचानेवाली या सरकारको उखाड़ फेंकनेको प्रवृत्त करनेवाली चीजोंको छोड़कर और सब बातोंके लिए नागरिकोंके लिए भाषण और विचार-स्वातन्त्र्य सुरक्षित था। नये संशोधनमें इस सूचीमें यह भी जोड़ दिया गया कि विदेशोंसे मैत्री-सम्बन्धकी रक्षा और अमन-कानूनकी रक्षाके हेतु भी सरकार कानून बनाकर भाषण-विचार-स्वातन्त्र्य सीमित कर सकती है।

नये संशोधनके विरोधमें भारत भरके बहुतसे अखबारोंने १२ जुलाई सन् १९५१ को १ दिनके लिए अपने अखबार बन्द रखे थे।

पत्र-स्वातन्त्र्यके भेद

पत्र-स्वातन्त्र्यकी दृष्टिसे दुनियामें पत्रकारीकी विभिन्न प्रणालियोंके चार भाग किये जा सकते हैं। ये भाग देशोंकी सरकारोंके स्वरूपके अनुसार बने हैं। इससे मालूम होता है कि राजनीतिक दर्शनोंका और सरकारी व्यवस्थाओंका पत्रोंपर भी कितना व्यापक प्रभाव पड़ता है।

सत्यं ब्रूयात्—पहली प्रणाली सत्यं ब्रूयात् , सत्य कहो वाली है। सत्य लिखो, उच्च उद्देश्यसे और उचित साध्यके लिए लिखो यह इसका दर्शन है। अमेरिका, संयुक्त राष्ट्र और ब्रिटेन तथा राष्ट्रमण्डलमें यह प्रणाली अपनायी गयी है। इनमें भी अमेरिकामें इसकी इतनी अति हो गयी है कि पत्रको जनप्रिय बनानेके लिए उच्च उद्देश्य और उचित साध्यपर अधिक ध्यान नहीं दिया जाता। अपराध, यौन-सम्बन्ध, विवाह-विच्छेद आदि विषय-वासना-सम्बन्धी मनुष्यकी मूल जंगली प्रवृत्तियोंको उभाड़कर अपनी बिक्री बढ़ानेकी होड़ वहाँ पत्र लगाते हैं। फिर सरकार, मजिस्ट्रेट या व्यक्तिकी सम्मान-रक्षाकी परवाह सत्यके नामपर नहीं की जाती।

प्रियं ब्रूयात्—पत्रकारीकी दूसरी *प्रियं ब्रूयात्*की प्रणाली हिटलरके जर्मनीमें और मुसोलिनीके इटलीमें थी। अब भी कुछ छोटे-छोटे अधिनायकतन्त्र देशोंमें यह जारी है। इसमें पत्र सरकारके दास हो जाते हैं

और सरकार जो चाहती है और जनमतके इस निर्माण-साधनका जैसा उपयोग करना चाहती है वैसा करती है। पत्र केवल सरकारकी प्रिय बात ही लिखते हैं।

न ब्रूयात् सत्यमप्रियम्—तीसरी प्रणाली सत्य लिखनेकी है, पर सरकारोंको अप्रिय सत्य दबानेकी है। रूस, चीन और अन्य कम्युनिस्ट देशोंमें यह अपनायी गयी है। कम्युनिस्ट राज्य और समाज-प्रणालीकी दासता पत्रोंको स्वीकार करनी पड़ी है। वे यह नहीं लिख सकते कि कम्युनिज्मके अतिरिक्त भी कोई अच्छा 'वाद' दुनियामें हो सकता है। इस प्रणालीमें एक दो अच्छाइयाँ हैं। पहली अच्छाई यह कि चोरी, डकैती, अपराध, मामूली साधारण बातें, सनसनी पैदा करनेवाली बातें और यौन-सम्बन्धी बातें अखबारोंमें नहीं रंगी जातीं। दूसरी अच्छी बात इसमें यह है कि कम्युनिस्ट पार्टी और सरकार जो योजनाएँ बनाती है और काम निर्धारित करती है उनके करनेमें यदि कोई आलस्य दिखाता है या भ्रष्टाचार करता है तो उसकी पोल खोलनेकी और उसपर टीका करनेकी पूरी स्वतन्त्रता सरकारी नौकरों, पार्टीके सदस्यों और पाठकोंको रहती है। इससे लाभ यह होता है कि शासन विशुद्ध रहता है।

राजनीतिक आधारपर बनी चौथी प्रणाली उन देशोंमें प्रचलित है जहाँ विधानमें तो पत्रोंका पूर्ण स्वातन्त्र्य निहित है, पर व्यवहारमें वह बहुत सीमित कर दिया गया है या कर दिया जा सकता है। दक्षिण अमेरिकाके अधिकांश देशों, टर्की, यूनानमें यह प्रणाली जारी है। पत्रोंपर नियन्त्रण करनेके लिए सरकारें कई उपाय काममें ला सकती हैं। संविधानमें संशोधन, पत्रोंको आर्थिक सहायतासे वशमें करना, बड़ी समाचार-समितिको वशमें रखना, सरकारी प्रचार विभागोंकी सामग्री छापनेकी जबरदस्ती करना, ऐसे कानून बनाना कि विदेशी सरकारें शिकायतें कर अपने देशके पत्रोंको धमकाती रहें।

राजनीतिक प्रणालियोंकी बात यदि हम छोड़ दें तो पत्रोंको दो

व्यापक हिस्सोंमें विभाजित कर सकते हैं। एक तरहके पत्र विचारोंको प्रधानता देते हैं। यूरोपमें पिछली दो शताब्दियोंमें इसी प्रकारकी पत्रकारी थी। कम्युनिस्टों और तानाशाही देशोंमें इसी प्रणालीसे विचार प्रसारित किये जाते हैं और प्रचलित सरकार अपने तन्त्रसे सारेके सारे समाजके दिमागपर कब्जा करती है।

दूसरी प्रणाली समाचारोंपर जोर देनेवाली है। अमेरिकामें यह अपनायी गयी है। इसका परिणाम यह हुआ है कि सम्पादकोंसे अधिक योग्य और विद्वान् वहाँ संवाददाताओंको होना पड़ता है। संवादके साथ-साथ संवाददाताओंके नाम वहाँ रोज छपते हैं। 'कालमिस्टो' का महत्त्व इससे बहुत बढ़ गया है। नामके छपनेसे उनका यश भी बढ़ता है, पर उन्हें अधिक जिम्मेदार भी होना पड़ता है।

जनतामें जितनी राजनीतिक जाग्रति, चेतना या विचारशक्ति रहती है उसीपर अखबारोंका समाचार-पत्र या विचार-पत्र होना निर्भर रहता है। जिस देशकी जनता अधिक सोचती है उस देशमें समाचार-पत्र पनपते हैं। जिन देशोंमें जनता कम सोचती है या सोचने पाती है वहाँ विचारपत्रोंका ही अधिक बोल-बाला रहता है।

दुनियाके विभिन्न देशोंमें पत्र-स्वातन्त्र्यका हाल

समाचार-स्वातन्त्र्यके बारेमें इतनी लड़ाई चलती रहती है, पर सरकारें अपनीवाली कर ही लेती हैं। सेन्सरकी जो स्थिति दुनियामें सन् १९५३ की पहली छमाहीमें थी उसे गौरसे देखनेपर ज्ञात होगा कि जनताकी वास्तविक स्थिति जाननेकी स्वतन्त्रता कितनी सीमित है।

आधी दुनियामें समाचार-स्वातन्त्र्य नामकी कोई चीज नहीं है। चीनमें कोई विदेशी पत्रकार स्थायी रूपसे नियुक्त नहीं है। रूसकी राजधानी मास्कोमें दो-चार इने-गिने विदेशी संवाददाता हैं, पर उनके समाचारोंपर बहुत कड़ा सेन्सर है। (स्टालिनकी मृत्युके बाद इधर स्थिति कुछ बदल गयी है।) जबतक सोवियट अखबारोंमें न छपे ये संवाददाता किसी सोवियट नागरिक या अधिकारीकी गिरफ्तारीके

सम्बन्धमें कोई समाचार बाहर नहीं भेज सकते। विमानों, ट्रेनों या जहाजोंकी दुर्घटनाओंके समाचारोंपर रोक है। वस्तुओंके मूल्य और कर्मचारियोंके वेतनके सम्बन्धमें तथा मकानोंकी कमीके बारेमें समाचार नहीं भेजे जा सकते। सोवियट नेताओंके व्यक्तिगत जीवनकी विवरणात्मक बातें भी बाहर नहीं भेजी जा सकतीं।

पूर्वी यूरोपके कम्युनिस्ट देशोंका भी यही हाल है। उन देशोंके सरकारी रेडियो जो कुछ सुनाते हैं और वहाँके नियन्त्रित अखबारोंमें जो कुछ छपता है उसीसे बाहरके लोगोंको वहाँकी हालत जाननेको मिलती है। रूमानिया, चेकोस्लोवाकिया, बलगेरिया और अलबानियामें कोई विदेशी संवाददाता नहीं है। हंगरीमें एक हंगरीवासी ही विदेशी असोशिएटेड प्रेस आव अमेरिकाको समाचार देता है, पर 'आपत्तिजनक' समाचार छपनेपर अधिकारी उसे अपने यहाँ जवाबदेहीके लिए बुलाते हैं जिसका नतीजा यह होता है कि उसके समाचार भी 'नियन्त्रित' ही हो जाते हैं।

यूगोस्लाविया भी कम्युनिस्ट देश है, पर बाहर भेजे जानेवाले समाचारोंपर वहाँ कोई प्रत्यक्ष सेन्सर नहीं है।

बाकी सारी दुनियाकी जो अपनेको 'स्वतन्त्र' कहलाती है, हालत भी कोई बहुत अच्छी नहीं है।

एशिया

भारत—विदेशोंसे देशमें मँगाने और देशसे बाहर समाचार भेजनेपर कोई सरकारी रुकावट, सेन्सरशिप नहीं है। सूत्र-स्थानोंपर समाचारोंपर नियन्त्रण करनेका भी कोई प्रयत्न नहीं किया जाता।

पाकिस्तान—प्रत्यक्ष सेन्सरशिप नहीं है, पर देशसे बाहर जानेवाले समाचारोंपर नजर रखनेका प्रयत्न सरकार करती है।

मलाया-सिंगापुर—बाहर जानेवाले समाचारोंपर कोई रोक नहीं है। कम्युनिस्ट गोरिल्ला लोगोंके उपद्रवके कारण ब्रिटिश शासकोंने 'विशेष

संकटपूर्ण' स्थितिकी घोषणा की है और अमन-कानूनको भंग करनेके लिए उभाड़नेवाली बातें छापनेवाले पत्रोंको सरकार छपनेसे रोक सकती है।

हिन्द चीन—कम्युनिस्टोंसे चलनेवाले युद्धके समाचारोंके बाहर भेजनेपर सेन्सर है। कभी-कभी फ्रेंच नीति-सम्बन्धी राजनीतिक समाचारों-पर भी रोक लगा दी जाती है।

जापान-कोरिया—कोई सरकारी सेन्सर नहीं है। संयुक्तराष्ट्रसंघीय कमान कोरियामें सभी समाचारोंका सेन्सर करती है और कोरियाके अखबारों और समाचारसमितियोंपर कड़ी नजर रखती है। टोकियोमें कोरियाकी लड़ाईके सम्बन्धमें लिखे समाचार सेन्सरके पास भेजने पड़ते हैं।

चीन—पश्चिमी देशोंके संवाददाता चीनमें नहीं जाने पाते।

हांगकांग—चीनी पत्र पानेमें कठिनाई होती है।

फारमोसा-फिलिपाइन्स—समाचारोंपर कोई सेन्सर नहीं है।

मध्यपूर्व

शाम—सेन्सरशिप पूरी है।

लेबनान—सरकारी सेन्सरशिप नहीं है, पर सरकारी नीतिकी टीका-टिप्पणी करनेवाले संवाददाताओंपर सरकारी दबाव डालनेकी प्रवृत्ति है।

तुर्की—देशसे बाहर जानेवाले समाचारोंपर कोई सेन्सर नहीं है। देश, राष्ट्रपति और पार्लमेण्टकी प्रतिष्ठाको धक्का पहुँचानेवालोंको सजा मिल सकती है। अनातोलिया समाचार-समिति सरकारी प्रयत्नोंसे चलती है।

ईरान—देशके हितको क्षति पहुँचानेवाले 'झूठे और उत्तेजक' समाचार भेजनेका दोष लगाकर मईमें असोशिएटेड प्रेसके संवाददाताको सरकारने देशके बाहर निकाल दिया। संवाददाताओंको चेतावनी दी गयी है कि ऐसे 'झूठे' समाचार बाहर न भेजें।

इजराइल—सैनिक सुरक्षा सम्बन्धी समाचारोंपर सेन्सर है।

जार्डन—बाकायदा सेन्सर नहीं है, पर सरकार या शाहके सम्बन्धमें

यदि कोई अवाञ्छित समाचार भेजनेका प्रयत्न किया गया तो सेन्सर काम कर सकता है।

ईराक—बाकायदा सेन्सर नहीं है, पर विदेशी संवाददाताओंको देशमें आनेकी इजाजत मिलनेमें कठिनाई होती है।

सऊदी अरब—विदेशी संवाददाता स्वागतार्ह नहीं हैं।

मिस्र—छ मास पहले जारी की गयी सेन्सरशिप जूनके अन्तिम सप्ताह में उठा ली गयी। देशके अखबार सैनिक विषयों और सरकारके सम्बन्धके कुछ समाचार बिना पास कराये नहीं छाप सकते। कुछ अखबार बिना कारण बताये बंद कर दिये गये हैं।

अफ्रीका

दक्षिण अफ्रीका—कम्युनिज्म-विरोधी कानूनके अन्तर्गत कोई भी सरकार-विरोधी अखबार बन्द किया जा सकता है। अबतक केवल एक कम्युनिस्ट अखबारका लाइसेन्स रद्द किया गया है। विदेशी संवाददाताओंकी समाचार-चिट्ठियाँ डाक-तारघरमें सरकारी अधिकारियों द्वारा देखी जा सकती हैं।

केनिया—माऊ-माऊ सम्बन्धी विशेष स्थितिके कारण बिना लाइसेन्स कोई अखबार नहीं निकल सकता। बाहर भेजे जानेवाले समाचारोंपर कोई सेन्सर नहीं है, पर बाहरसे आनेवाले समाचार राजद्रोहात्मक होनेपर जब्त किये जा सकते हैं।

ट्यूनिशिया—इस फ्रेंच संरक्षित देशमें स्वातन्त्र्य आन्दोलनके कारण फ्रेंच और अरब दोनों भाषाओंके पत्रोंपर सेन्सर लागू हैं। कभी-कभी अमेरिकन और फ्रेंच पत्रोंके भी देशमें आनेपर रोक लगा दी जाती है। बाहर भेजे जानेवाले समाचार कभी सेन्सर किये जाते हैं और कभी रोक कर देरसे भेजे जाते हैं। मोरक्कोकी राष्ट्रीय आन्दोलनके कारण सेन्सरशिप लगायी गयी है। फ्रेंच शासनकी टीका करनेवाले समाचार भेजनेमें देर की जाती है। अलजीरियामें, जो फ्रेंच यूनियनका भाग माना जाता है, सेन्सरशिप नहीं है।

राष्ट्रमण्डल

ब्रिटेन तथा राष्ट्रमण्डलके अन्य देशोंमें परंपरागत पत्र-स्वातन्त्र्यकी रक्षा हो रही है।

रूस तथा कम्युनिस्ट देश

मास्कोसे संवाददाता लोग अब अधिक समाचार भेज पा रहे हैं पर सेन्सरशिप अब भी कड़ी है। रूसी पत्रोंमें जो छपता है उसीके सम्बन्धमें समाचार भेजे जा सकते हैं। समाचारोंके सूत्रोंतक अब भी बाहरी संवाददाता नहीं पहुँच सकते। मार्चमें कई अमेरिकन संवाददाता रूसकी यात्रा करने पाये थे।

पोलैण्ड—खेलकूदके एक समारोहके समाचार भेजनेके लिए पोलैण्डने पश्चिमी संवाददाताओंको अपने देशमें आने दिया है।

हंगरी—बूदापेस्टमें हुए विश्वशान्ति सम्मेलनकी रिपोर्ट भेजनेके लिए हंगरीने अपने यहाँ बाहरी संवाददाताओंको आने दिया था।

चेकोस्लोवाकिया—अमेरिकन संवाददाता विलियम ओटिस दो साल कैदके बाद छोड़े गये।

पूर्वी जर्मनी—समाचारपत्रोंके संचालन और उसमें छपनेवाली सामग्रीके बारेमें सरकारका पूरा नियन्त्रण है।

यूगोस्लाविया—विदेशी पत्रोंमें यूगोस्लाव सरकारकी टीका छपनेपर विदेशी संवाददाताओंपर अधिकारी मन-ही-मन नाराज होते हैं, पर सरकारने सेन्सरशिप नहीं लगायी है। देशके अखबार कड़े सरकारी नियन्त्रणमें हैं और सरकारी टीका करनेवाले विदेशी संवाददाताओंकी खबर लेते हैं।

पश्चिमी यूरोप

फ्रांस, पश्चिमी जर्मनी, इटली, आस्ट्रिया, यूनान, फिनलैण्ड, डेनमार्क, स्वीडन, नारवे, बेलजियम, हालैण्ड और लक्जेमबर्गमें कोई सेन्सरशिप नहीं है।

फ्रांस—प्रमुख समाचार समितिको सरकारी आर्थिक सहायता मिलती है। कभी-कभी फ्रेन्च पुलिस कम्युनिस्ट अखबारोंके दफ्तरोंपर छापा मारकर आपत्तिजनक कागज बरामद करती है। कभी-कभी विदेशी भाषी पत्रोंपर सरकारके सम्बन्धमें झूठे समाचार छापनेपर रोक लगा दी जाती है।

यूनान—सरकारी वकील किसी मुकदमेकी कारवाई या देशकी सुरक्षाके लिए गोपनीय सामग्री छपनेपर रोक लगा सकते हैं।

पश्चिमी जर्मनी—शान्ति समझौता कार्यान्वित होनेपर मित्र-राष्ट्रीय नियन्त्रण पत्रोंपरसे भी हट जायगा। वैधानिक गारण्टी सरकारी आक्रमणोंसे प्रेसकी रक्षा करती है। मित्र-राष्ट्रीय सेना-सम्बन्धी समाचार गोपनीय समझे जाते हैं।

स्पेन—ब्रिटेनके राज्यारोहणकी तैयारीकी खबरें छापनेपर समाचार-पत्रोंपर रोक लगा दी गयी थी। इसके सम्बन्धके विज्ञापन छापनेपर भी रोक लगी थी। विरोध प्रकट करनेपर ये आदेश बादमें वापस लिये गये।

पुर्तगाल—बाहर भेजे जानेवाले समाचारोंपर कोई सेन्सर नहीं है पर विदेशी संवाददाता जो कुछ लिखते हैं उसके लिए जिम्मेदार समझे जाते हैं। देशी समाचारपत्र सरकारके नियन्त्रणमें हैं।

दक्षिण अमेरिका

इक्वेडर—सेन्सरशिप नहीं है, पर नये राष्ट्रपति श्री इबाराके आनेके बादसे विरोधी पत्रों और पत्रकारोंसे काफी छेड़छाड़ हुई है।

ब्राजील, चिली, युरुग्वे—कोई सेन्सरशिप नहीं है। चिलीमें बाहर भेजे जानेवाले समुद्री तारोंपर टैक्स लगता है। ब्राजीलमें कभी-कभी पुलिस कम्युनिस्ट अखबार जब्त कर लेती है। चिलीमें एक कम्युनिस्ट अखबार १० दिनके लिए बन्द किया गया था।

कोलम्बिया—सन् १९४९ में लगी सेन्सरशिप अब भी जारी है। नये राष्ट्रपतिने इसे ढीला करनेका वचन दिया है।

बोलीविया—बाहर भेजे जानेवाले समाचारोंपर कोई रोक नहीं है पर पत्र-स्वातन्त्र्य सीमित है।

पेरू—जुलाई सन् १९४९ का प्रेस-स्वातन्त्र्य सीमित करनेवाला कानून अब भी लागू है। बाहर भेजे जानेवाले समाचारोंपर सरकारी अधिकारी कड़ी नजर रखते हैं।

वेनेजुएला—राजनीतिक समाचारोंपर सेन्सरशिप है।

पैरेग्वे, अल साल्वेडर, डोमिनिकन रिपब्लिक—पत्र-स्वातन्त्र्य सीमित है।

अर्जेंटाइना—पत्रोंसे एक महीने तक अमेरिकन समाचार समितियोंका बहिष्कार कराया गया था। राष्ट्रपति पेरोनने इन समितियोंके कार्य-कलापोंकी जाँचके लिए कांग्रेसके सदस्योंकी एक कमेटी बनायी।

क्यूबा, ग्वाटेमाला—पत्र-स्वातन्त्र्यकी दृष्टिसे लक्षण अच्छे नहीं दिखाई देते।

असोशिएटेड प्रेस आफ अमेरिका सालमें दो बार दुनिया भरके अपने संवाददाताओंसे पत्र-स्वातन्त्र्यके सम्बन्धकी स्थिति पूछता है और रिपोर्ट तैयार करता है। ३० जून सन् १९५३ को समाप्त हुई छमाहीकी रिपोर्टका आशय ऊपर दिया गया है।

पत्रकारकलाका नीतिशास्त्र

दुनिया भरके पत्र और पत्रकार हमेशासे पत्र-स्वातन्त्र्यकी लड़ाई लड़ते आये हैं, पर अपनेको उच्छृंखल और गैर-जिम्मेदार होनेसे बचानेके लिए भी हरएक देशमें पत्रकार अपने लिए नीतिशास्त्र या नीतिसंहिता बनानेका प्रयत्न करते रहे हैं। जो नीतिसंहिताएँ समय-समयपर बनीं उनमेंसे कुछ यहाँ दी जा रही हैं।

नीतिसंहिताएँ

(भारतीय सम्पादक-सम्मेलन, दिसम्बर १९५० ई०)

जनमत तैयार करनेके प्रधान साधन अखबार होते हैं इसलिए पत्रकारोंको अपने कामको थाती (ट्रस्ट) समझना चाहिये और मानवताकी शांति तथा जनहितकी रक्षा और सेवाके लिए अपनेको हमेशा तत्पर रखना चाहिये।

मूल मानवीय और सामाजिक अधिकारोंका उचित आदर पत्रकारको करना चाहिये। अपनी वृत्ति या पेशेको पुनीत कर्त्तव्य मानकर समाचार देते समय पत्रकारको हमेशा निष्ठावान् और न्यायनिष्ठ होना चाहिये।

जातीय, धार्मिक और आर्थिक भेदोंसे उत्पन्न सामाजिक खिंचावोंके समाचार देते समय या उनपर टीका-टिप्पणी करते समय पत्रकारोंको खास तौरसे अपने ऊपर नियन्त्रण रखना चाहिये।

पत्रकार यह देखें कि जो-कुछ छप रहा है उसमें तथ्यकी एक भी गलती नहीं है। कोई तथ्य न तोड़ा-मरोड़ा जाय और न कोई आवश्यक तथ्य छिपाया जाय। जान-बूझकर गलत चीज कभी न छापी जाय।

जो-कुछ छपे उसकी सारी जिम्मेदारी पत्रकार लें। यदि जिम्मेदारी नहीं लेनी हो तो पहलेसे इसका खास तौरसे उल्लेख किया जाय।

अफवाह और अपुष्ट समाचारोंको अफवाह और अपुष्ट समाचार ही लिखा और माना जाय।

विश्वासघात कभी न किया जाय। वृत्तीय गोपनीयताकी रक्षा अवश्य हो।

व्यक्तिगत हितोंका पत्रकारीसम्बन्धी कार्यमें कभी पोषण न हो।

गलत बातोंका तुरत स्वेच्छासे खण्डन किया जाय। गलत बातोंकी ओर कोई ध्यान आकर्षित करे तो खण्डन प्रकाशित करना कर्त्तव्य हो जाता है।

पत्रकारोंको अपने पदका उपयोग या दुरुपयोग गैरपत्रकारीके कामोंमें कभी नहीं करना चाहिये।

किसी चीजको छापने या न छापनेके लिए घूस माँगने या घूस स्वीकार करनेसे बढ़कर पत्रकारके लिए और कोई पाप नहीं है।

समाचारों और तथ्योंके संकलन और प्रकाशनकी स्वतन्त्रता तथा उचित टीकाटिप्पणी करनेका अधिकार, ये दो ऐसे सिद्धान्त हैं जिनकी रक्षा करनेके लिए हरएक पत्रकारको हमेशा तत्पर रहना चाहिये।

अपने सहयोगी पत्रकारों और महत्वके सार्वजनिक कार्यकर्ताओंका विशेष ध्यान पत्रकारोंको हमेशा रखना चाहिये।

पत्रकार अनुचित उपायोंसे अपने सहयोगियोंकी नौकरी छुड़ानेका पाप न करे और न अपने कार्यका अनधिकार या गलत उपयोग ही करे।

व्यक्तिगत वादविवाद पत्रोंमें जारी रखना अपनी वृत्तिकी प्रतिष्ठाके लिए हानिकर मानना चाहिये।

किसीके व्यक्तिगत जीवनकी निजी बातोंके सम्बन्धमें अफवाहें या अन्य बातें छापना कर्तव्यच्युत होना है। जनताकी चाहके लिए या उत्सुकता शान्त करनेके लिए ज्यादा नहीं, पर यदि जनहितके ख्यालसे

आवश्यक ही हो जाय तभी किसीके व्यक्तिगत जीवनकी बातें पुष्ट आधारपर छापी जा सकती हैं।

× × ×

आस्ट्रेलियन पत्रकार संघ

समाचार छापने और टीकाटिप्पणी करनेमें पूरी-पूरी ईमानदारी बरतिये।

आवश्यक तथ्योंको छिपाइये मत और अनुल्लेखसे या गलत बातपर जोर देकर सत्यको तोड़िये-मरोड़िये मत।

किसी भी हालतमें विश्वासघात न कीजिये।

सहयोगियोंसे भ्रातृत्वका व्यवहार हमेशा कीजिये। सहयोगीका कोई अनुचित उपयोग न कीजिये।

घूस कभी मत लीजिये। न्यायबुद्धि पर व्यक्तिगत स्वार्थकी विजय कभी मत होने दीजिये।

समाचार, चित्र या दस्तावेज प्राप्त करनेके लिए हमेशा केवल उचित मार्गका अवलम्बन कीजिये।

कोई व्यक्तिगत बातचीत या चित्र छापनेके पहले यह बात देनेवालेके सामने साफ कर दीजिये कि उसका उपयोग पत्रमें किया जा रहा है।

अपने आचरणसे अपनी वृत्तिकी प्रतिष्ठा और पूर्णताके प्रति जनताका पूरा विश्वास सम्पादन कीजिये।

× × ×

पत्रकारोंका राष्ट्रीय संघ, ग्रेट ब्रिटेन

सहयोगी पत्रकारोंसे वैसा ही अच्छा व्यवहार कीजिये जैसा आपको उनसे अपेक्षित हो।

बदनामी, अदालतकी मानहानि और कापीराइटका ध्यान हमेशा रहे। अदालती काररवाई छापते समय भी सब पक्षोंके साथ न्यायोचित व्यवहार हो।

× × ×

अमेरिकन न्यूजपेपर गिल्ड

पत्रकारका प्रथम कर्तव्य जनताको विशुद्ध सत्य और द्वेषरहित समाचार देना है। जनताके साथ व्यवहारमें व्यक्तियों और समुदायोंके अधिकारकी प्रतिष्ठा-रक्षा अवश्य होनी चाहिये।

न्यायासनके सामने सब मनुष्य बराबर हैं। पत्रकारोंको राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक, आनुवंशिक या धार्मिक पूर्वाग्रह दोषोंसे मनुष्य-मनुष्यमें भेद नहीं करना चाहिये। औचित्य और तथ्यकी सर्वदा रक्षा हो।

जबतक न्यायालयसे फैसला नहीं होता किसीको अपराधी नहीं माना जाना चाहिये।

जब पत्रकारपर विश्वास रखकर उसे कोई रहस्य बताया जाय तब उस रहस्यका या रहस्यके सूत्रका उद्घाटन अदालतमें भी पत्रकारको नहीं करना चाहिये। एक पत्रके मालिकका रहस्य वह पत्र छोड़नेके बाद भी पत्रकारको दूसरेके सामने प्रकट नहीं करना चाहिये।

समाचारका सम्पादन सम्पादकीय विभागमें होना चाहिये, व्यवस्था-विभागमें नहीं।

स्वतन्त्र बुद्धि, आत्मसम्मान और पक्षपातहीनता ये गुण पत्रकारोंमें आवश्यक हैं।

समाचारकी आड़में किसीका प्रचार नहीं होना चाहिये।

× × ×

अमेरिकन सोसाइटी आफ न्यूजपेपर एडीटर्स, १९२३ ई०

समाचारों या लेखोंमें जो कुछ लिखा गया हो उसीके अनुरूप शीर्षक हो।

समाचारोंमें टीका-टिप्पणी नहीं होनी चाहिये। टीका-टिप्पणी जहाँ हो वहाँ उसके लिखनेवालेका नाम अवश्य हो।

जनताका अधिकार महत्वका है, जनताकी उत्सुकता नहीं। भद्दी

गलतियाँ तुरत शुद्ध की जानी चाहियें। भूल-सुधार करना पत्रका कर्तव्य और अधिकार दोनों है।

× × ×

पत्रकारके १० धर्म

(नेशनल ऐण्ड पैन-अमेरिकन प्रेस कांग्रेस, मेक्सिको, १९४२ ई०)

(१) अपने पत्रके सुनामपर गर्व कीजिये। जोशके साथ अपना उत्साह दिखाइये, पर व्यर्थका घमण्ड मत कीजिये।

(२) पत्रकारीमें जड़ता मृत्युवत और एक ही एक रट मृत्यु ही है।

(३) अवसर न खोइये, बहुज्ञानी बनिये, नवीनता-प्रदर्शनमें मत चूकिये।

(४) व्यक्तिसे बड़ा समाज है, सरकारसे बड़ा देश है। मनुष्य मर्त्य है, संस्था और सिद्धान्त अमर हैं।

(५) शत्रु और मित्र दोनों बनाइये, मित्र ऐसे हों जो आपसे आदर प्राप्त करें और शत्रु ऐसे हों जिनका आप द्वेष कर सकें।

(६) आर्थिक और साहित्यिक क्षेत्रोंमें, दोनोंमें आक्रमणका सामना आक्रमणसे करिये। शान्तिसे रहना हो तो अपनी रक्षा करनेके लिए हमेशा तैयार रहिये।

(७) तलवार और पैसा ये दोनों कलमके दुश्मन हैं। आवश्यकता पड़े तो सम्मान-रक्षाके लिए जीवन और धनकी भी बलि दीजिये।

(८) दृढ़ रहिये, पर हठी नहीं। परिवर्तनीय बनिये, पर कमजोर नहीं। उदार बनिये, पर हाथ बिलकुल ढीला मत कीजिये।

(९) स्पष्टवादी, सगर्व और फुर्तीला रहिये, सभी आपका सम्मान होगा; कमजोरी परलोकके लिए अच्छी है, नहीं तो वह पछताता ही है।

(१०) जो कुछ छपा हो सबकी जिम्मेदारी लीजिये। अन्धा दोषारोपण पाप है। प्रतिष्ठाकी हानि करनेवाली चीज न छापिये। भ्रम फैलाना पाप है। किसीका विज्ञापन लेखकी तरह छापना पाप है। भावी पत्रकारको

जगह लेनेकी इच्छा रखना, कम वेतनपर काम करना स्वीकार कर साथी पत्रकारको निकालना भी पाप है। रहस्य जतनसे रखिये। पत्र-स्वातन्त्र्य या पत्रकी शक्तिका व्यक्तिगत उपयोग कभी न कीजिये।

× × ×

कुछ उक्तियाँ

पत्रकार अपने समयका इतिहास लिखते हैं—और इतिहास लिखनेमें सत्य बहुत आवश्यक है।

पत्रकार कभी सरकारी एजेण्ट न बने।

पत्रकारोंका अखण्ड मोरचा हो। एक पत्रकारको दूसरेकी निन्दा नहीं करनी चाहिये।

पत्रकारको हर मामलेका, चाहे वह राष्ट्रीय हो, या अन्तर्राष्ट्रीय, राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक, आनुवंशिक या सांस्कृतिक, शान्तिपूर्ण हल ढूँढ़ना चाहिये।

ज्ञान-स्वातन्त्र्य सबसे महत्त्वका मानवाधिकार है।

सज्जन मनुष्य जो बात अपने मुँहसे नहीं निकाल सकता, उसे पत्रकारको नहीं छापना चाहिये।

विज्ञापनोंमें भी सत्य उतना ही आवश्यक है जितना समाचारोंमें।

पत्रकारीकी सबसे बड़ी कसौटी जनसेवा है।

सफल पत्रकार ईश्वरभीरु और धर्मभीरु होता है, पर मनुष्यका सम्मान करता है, स्वतन्त्र बुद्धिवाला आग्रह-दोष या पदलोभसे अनाकर्षित, विधायक, सहिष्णु, असावधान नहीं, स्वनियन्त्रित, शान्त, पाठकोंका सम्मान करनेवाला, पर, निर्भय, अन्याय देखकर तुरत क्रुद्ध होनेवाला, भीड़के हठसे न दबनेवाला, सबको अवसर देनेवाला, आत्यन्तिक देशभक्त. अन्तर्राष्ट्रीय मैत्रीवादी तथा मानवताप्रेमी होता है।

आदर्श-वाक्य

पत्रकार जनशास्ता हैं

मैं एक पुराना पत्रकार हूँ इसलिए यह पूरी तौरसे नहीं मान सकता कि पत्रकारी केवल एक पेशा वा वृत्ति है। मैं समझता हूँ कि पत्रकारी कला भी है, वृत्ति भी है और जनसेवा (मिनिस्ट्री) भी। जबतक कोई यह नहीं समझता कि मेरा कर्त्तव्य अपने पत्रके द्वारा लोगोंका ज्ञान बढ़ाना, उनका मार्गदर्शन करना है, तबतक उसे पत्रकारीकी चाहे जितनी ट्रेनिंग दी जाय वह सर्वथा पत्रकार नहीं बन सकता। सच्चे पत्रकारके लिए यह भी आवश्यक है कि वह यह बात भी न भूले कि पत्रकी व्यापारिक और व्यावसायिक स्थितिके बलपर ही उसको अपने कर्त्तव्यकी पूर्तिका बल मिल सकता है।

—एच विक्हेम स्टीड
'लन्दन टाइम्स' के भूतपूर्व सम्पादक

× × ×

यदि मुझसे कभी यह निश्चय करनेको कहा गया कि अखबार या सरकार इन दोनोंमेंसे किसी एकको चुनना है तो मैं बिना हिचकके यही कहूँगा कि सरकार चाहे न हो पर अखबारोंका अस्तित्व अवश्य रहे।

—जेफरसन, १६–१–१७८७

× × ×

समाचारपत्र तो सर्चलाइटके प्रकाशके उस झोंककी तरह होते हैं जो इधर-उधर घूमता रहता है और कभी एक घटनाको और कभी दूसरीको अन्धकारसे प्रकाशमें घसीट ले आता है। केवल इसी एक प्रकाशसे मनुष्य

दुनियाको नहीं चला सकते। घटनाओं और दुर्घटनाओं-विस्फोटोंसे वे समाजका शासन नहीं कर सकते। जब वे अपने स्थिर प्रकाशकी सहायतासे काम करते हैं और समाचारपत्र अपनी दृष्टि उनपर डालते हैं तब स्थिति इतनी सुस्पष्ट हो जाती है कि जनता किसी प्रकारका निश्चय कर सकती है।

—लिपमैन

× × ×

पार्लमेण्टमें तीन इस्टेटें रहती हैं, पर उधर प्रेस गैलरीमें एक और चौथी इस्टेट बैठी रहती है जो इन तीनोंसे भी अधिक महत्त्वकी रहती है।

—बर्क

× × ×

जिस गैलरीमें रिपोर्टर बैठता है वह राज्यकी चौथी इस्टेट बन गयी है। पार्लमेण्टकी बहसका प्रकाशन पहले सार्वजनिक स्वातन्त्र्यके लिए खतरनाक समझा जाता था, पर वही अब सबसे अधिक महत्त्वका समझा जाने लगा है।

—मेकाले

× × ×

हरएक युगमें शासकोंने यही कहा है, अपने मतसे सरकार अपनेको हमेशा पूर्ण समझती है, पर स्वतन्त्र समाचारपत्र सरकारके कार्योंपर नजर रखकर उसकी गलतियाँ पकड़ते रहते हैं और जनता सरकारोंको ठीक करती रही है। आज हमारी सरकार जैसी है वैसी उसे पत्र-स्वातन्त्र्यने ही बनाया है, पत्र-स्वातन्त्र्य ही उसकी रक्षा कर सकता है।

—टामस पेनके मुकदमेमें टामस अरशिन्स

× × ×

हम जिस मतको दबाना चाहते हैं वह गलत ही है, ऐसा हम सर्वदा निश्चयपूर्वक नहीं कह सकते।

—जान स्टूअर्ट मिल

× × ×

कई सालके अपने अनुभवसे मैं यह कह सकता हूँ कि यदि अल्पमत पार्टीके पास मत-प्रकाशनके साधन न हों तो शासन करनेवाली बहुमत पार्टी अनियन्त्रणकी ओर बढ़ती है।

—अज्ञात राजनीतिज्ञ

× × ×

सरकारी प्रचार छूतकी बीमारी है। यह शिक्षण-कार्यके नामसे शुरू होती है, शीघ्र ही पक्षपातपूर्ण हो जाती है, मताग्रही होती है और अन्तमें समाचार-स्वातन्त्र्य और मत-स्वातन्त्र्य दोनोंका नाश करनेके उद्देश्यसे सरकारके हाथका एक हथियार हो जाती है।

—एकरमैन

× × ×

आप जो कहते हैं उससे मैं सहमत नहीं हूँ, पर अपनी राय बतानेके आपके अधिकारकी रक्षा मैं आमरण करूँगा।

—क्लाड हेल्वेशसके नाम वोलतेयर

× × ×

अनियन्त्रित और अत्याचारी सरकारोंसे अपनी रक्षा करनेका जनताका साधन समाचारपत्र है।

स्वातन्त्र्यको सबसे बड़ा खतरा उत्साही आदमियोंके आक्रमणसे रहता है। बाँधमेंसे इधर-उधर थोड़ा-थोड़ा पानी चूता हो तो वह बड़ी बात नहीं है, पर उससे बाँधकी सुरक्षाको खतरा पैदा हो जाता है और जो लोग घाटीमें रहते हैं उन्हें सावधान होना आवश्यक है।

—जस्टिस ब्राडली

× × ×

लोकतन्त्रमें जनमत उस सूर्य-प्रकाशयुक्त ताजे वायुमण्डलका काम करता है जो राजनीतिज्ञोंके एकत्र होनेसे पैदा हुए कीटाणुओंका नाश करते हैं। स्वार्थ, अन्याय, क्रूरता, चालबाजी आदि ऐसा प्रकाश पसन्द

नहीं करती। इनकी पोल खोलना इनको विफल करना है। राजनीतिक शरीरमें कोई भी रोग अधिक दिन तक छिपकर नहीं रह सकता। इसके पर्दाफाशका मतलब रोगका आधा नाश है।

× × ×

प्रकाशन योग्य सब समाचार इसमें छपते हैं।

All the news that is fit to print

—न्यूयार्क टाइम्स

× × ×

without fear or favour—डर या मुरौवतके बिना।

× × ×

किसी जीवित और उन्नतिशील लोकतन्त्रके लिए पत्र-स्वातन्त्र्य जीवन-स्तम्भका काम करता है।

—वेण्डेल. एल. विल्की

× × ×

समाचारपत्रका एक उद्देश्य जनताकी इच्छाओं-विचारोंको समझना और उन्हें व्यक्त करना है; दूसरा उद्देश्य जनतामें वांछनीय भावनाओंको जाग्रत करना और तीसरा उद्देश्य सार्वजनिक दोषोंको निर्भयतापूर्वक प्रकट करना है।

—'हिन्द स्वराज्य' में महात्मा गान्धी (१९०८ ई०)

× × ×

पत्रकारोंको चाहिये कि वह महर्षि नारदको अपना आद्यगुरु मानें। नारद प्रखर प्रचारक थे। शौर्य, धैर्य और आत्मत्यागकी खबरें वे दिगन्त तक फैलाते रहे। सद्गुणोंकी कीर्ति फैलानेकी तथा विपत्ति और फूटके नाशकी इच्छासे बढ़कर और दूसरा कौनसा आदर्श हो सकता है।

—सम्पूर्णानन्द

× × ×

पत्रकार शिकायतखोर, टीकाकार, सलाहकार, बादशाहोंके प्रतिनिधि (रीजेण्ट) और राष्ट्रके शिक्षक होते हैं। चार विरोधी पत्र चार हजार संगीनोंसे भी अधिक खतरनाक होते हैं।

—नेपोलियन

× × ×

जिस देशके अखबार स्वतन्त्र रहते हैं और हरएक व्यक्ति साक्षर, पढ़नेवाला रहता है वहाँ सब कुछ सुरक्षित रहता है।

—जेफरसन

दूसरा भाग

व्यावहारिक पत्रकारी

पत्र-कार्यालयका संघटन

मानव-संस्कृतिमें समाचारपत्रोंके उदय, उनके विकास और सर्व-साधारणकी दृष्टिसे पत्रकारकलाके महत्त्वके सम्बन्धमें हमने पहले भागमें चर्चा की। अब समाचार-लेखादि बाहरसे कैसे प्राप्त किये जाते हैं और व्यवहारतः समाचारपत्र कार्यालयमें कैसे काम होता है, पत्र कैसे तैयार होता है, इसका विवरण इस भागमें तथा अगले भागमें किया जा रहा है। पत्र-कार्यालयके संघटनसे हम प्रारम्भ करते हैं।

हरएक समाचारपत्रके कार्यालयमें कमसे कम तीन विभाग होना अत्यावश्यक है। ये विभाग हैं—(१) सम्पादकीय विभाग
(२) यन्त्रालय-विभाग
(३) व्यवस्था-विभाग

सम्पादकीय विभाग समाचारपत्रमें छपनेवाले समाचार और अन्य लेख-सामग्री, चित्रादि तैयार कर देता है। यन्त्रालय उसे छापनेका इन्तजाम करता है और व्यवस्था विभाग पत्रको बेचने, विज्ञापन जुटाने, प्रतियाँ बाहर भेजने, लेनदेन तथा पत्रोत्पादनके लिए आवश्यक समस्त वस्तुएँ तैयार रखनेकी व्यवस्था करता है।

सम्पादकीय विभागमें पत्रकी आर्थिक स्थिति तथा आकार-प्रकारके अनुसार सदस्योंकी संख्या रहती है। पर सदस्य कितने ही रहें, सबको मिलकर एक आदमीकी तरह काम करना पड़ता है। यद्यपि सम्पादकीय

विभाग पत्रमें छपनेवाले समाचार, लेख, चित्रादि तैयार कर देता है, पर विभागके सदस्य खुद जितनी सामग्री तैयार करते हैं उतनेसे ही अखबार पूरा नहीं होता, बाहरकी बहुत-सी सामग्री भी देनी पड़ती है। घरकी और बाहरकी सारी सामग्रीमें सामञ्जस्य स्थापित करना पड़ता है।

सम्पादकीय विभागसे और विज्ञापन विभागसे जो सामग्री आती है, उसे यन्त्रालय विभाग कम्पोज कर और ब्लाक बनवा कर छापनेके लिए तैयार करता है। छपाई विभाग सम्पादकीय और विज्ञापन विभागके बिलकुल पास होना चाहिये। कम्पोज विभाग, ब्लाक विभाग, स्टीरियो विभाग, मशीन विभाग और दफ्तरी विभाग इसके अन्तर्गत आते हैं। एक अधीक्षक सुपरिण्टेण्डेण्टके अधीन यह विभाग होता है और उसकी सहायताके लिए कई फोरमेन होते हैं।

व्यवस्था विभागके अन्तर्गत कार्यालयकी व्यवस्था, प्रचार, विज्ञापन, हिसाब-किताब और उन्नतियोजना विभाग रहते हैं। समाचारपत्रका उत्पादन साहित्यिक कार्यके अतिरिक्त उद्योग भी है। यदि खर्चसे अधिक आय नहीं हुई तो पत्र सफल नहीं हो सकता। इसलिए संचालकगणका अधिक ध्यान व्यवस्था विभागपर ही रहता है।

हरएक विभागमें कोई एक ऐसा विभागीय प्रधान होना चाहिये जो विभागीय नीति निश्चित कर सकता हो और जिसे पत्रका कानूनी प्रतिनिधित्व करनेका अधिकार हो।

पत्रका स्वामी कोई सञ्चालक होता है या हिस्सेदारोंकी कम्पनी होती है क्योंकि अन्य उद्योगोंकी तरह इसमें भी पूँजी लगानी पड़ती है। पत्रोंकी व्यावसायिक व्यवस्थाके अधिकारी ये लोग होते हैं—सञ्चालक वा स्वामी, व्यवस्थापक, प्रचार-व्यवस्थापक और यन्त्रालय-अधीक्षक। यदि कोई कम्पनी पत्र चलाती हो तो साधारणतः सम्पादक उसके अध्यक्ष रहते हैं और व्यवस्थापकको सेक्रेटरी बनना चाहिये।

विज्ञापन विभाग भी सम्पादकीय विभागकी तरह अपनी सामग्री तैयार कर कम्पोजके लिए यन्त्रालयमें देता है। आमदनीका अधिकांश

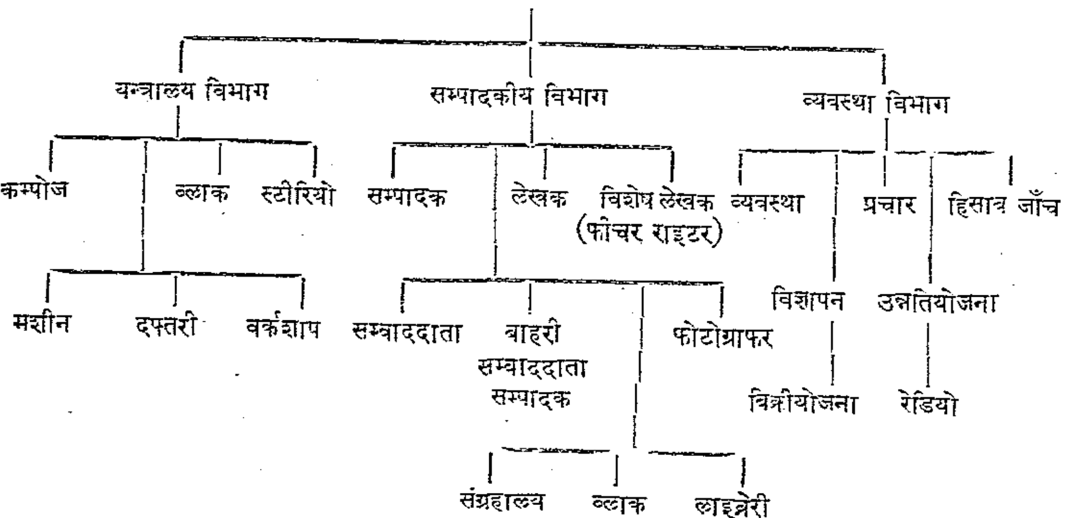
इसी विभागसे आता है। यदि सम्पादकीय विभाग जनताकी अभिरुचिका पत्र तैयार कर दे, यदि यन्त्रालय उसे आकर्षक ढङ्गसे छापे और यदि प्रचार-विभाग उसे अधिकाधिक संख्यामें वितरित करनेका सुयोग्य प्रबन्ध करे तभी विज्ञापन विभागको सफलता मिलती है, उसे विज्ञापन मिलता है।

यदि प्रचार विभाग जनता तक अखबार ठीकसे पहुँचानेकी व्यवस्था न करे तो पत्रोंके अन्य विभागोंका काम ही व्यर्थ हो जाय। अन्य सब विभाग बाहरसे सामग्री लाते हैं और प्रचार विभाग तैयार अखबार बाहर भेजता है। बड़े अखबार अब विमानोंसे भी भेजे जाते हैं। यातायातके हर उपलब्ध साधनका सहारा प्रचार-विभागको लेना पड़ता है। पत्रके सभी पाठकोंको निश्चित समयपर पत्र अवश्य मिलना चाहिये। रेलसे, मोटर इत्यादिसे, चाहे जिस तरहसे हो पत्र उसके पास अवश्य पहुँचे। यदि एक दिन कोई पत्र नहीं पहुँचा तो उसका दूसरा प्रतिस्पर्द्धी तत्क्षण उसकी जगह ले लेता है। अतः वितरण या प्रेषणकी व्यवस्थामें कोई त्रुटि न होने पावे, इसकी ओर प्रचार-विभागको समुचित ध्यान देना पड़ता है।

अर्थ-विभागमें पत्रके सम्बन्धका सारा हिसाब-किताब रखा जाता है। जितना धन बाहरसे आता है और जितना खर्च होता है, उसका पूरा ब्योरा इस विभागको रखना पड़ता है और पत्रकी आर्थिक स्थितिकी रिपोर्ट उसे संचालकको देते रहना पड़ता है।

पत्रोद्योगका रूप अब इतना व्यापक होता जा रहा है कि एक नया विभाग, उन्नति-योजना विभाग, पत्र-कार्यालयोंमें खोलना पड़ता है। इसका प्रधान कार्य है पत्रके लिए अधिकाधिक ग्राहक, मित्र, पाठक और विज्ञापनदाता प्राप्त करना। इसे सभी विभागोंसे सम्पर्क और सामंजस्य रखना पड़ता है।

संक्षेपमें, पत्रकार्यालयका यही संघटन है—



पत्रोद्योगके मुख्य पदाधिकारियोंके सम्बन्धमें हम अगले अध्यायोंमें विचार करेंगे।

पत्र-संचालक

पत्रोंकी सफलता या ख्यातिके लिए अधिक जिम्मेदार कौन रहता है—पत्र-संचालक या सम्पादक, यह प्रश्न बड़ा जटिल है। इंगलैण्डमें पत्रसंचालकोंने इस दृष्टिसे सम्पादकोंसे अधिक नाम कमाया है। नार्थ-क्लिफ, बर्नहम, ग्लेनेस्क, बीवरब्रुक, केम्सली''''''कई नाम गिनाये जा सकते हैं जहाँ पत्रसंचालकोंने ही पत्रको बढ़ाया और समुन्नत किया है। पर साथ ही 'लन्दन टाइम्स' और 'मैनचेस्टर गार्जियन'के नाम बताये जा सकते हैं जिन्होंने बड़े-बड़े सम्पादकोंका यश दुनिया भरमें फैलाया है।

ध्यान देनेकी पहली बात तो यह है कि यदि पत्र-संचालक न रहें तो पत्र ही न निकलें। पर साथ ही दूसरी बात भी उतनी ही महत्त्वकी है कि अकेला पत्र-संचालक अखबार नहीं निकाल सकता। धनी आदमी राजनीतिक या व्यक्तिगत कारणोंसे अखबार निकालते हैं, पर अधिकतर विफल होते हैं, क्योंकि एक तो वे यह नहीं जानते कि अखबार कैसे चलाये जायँ, या वे ऐसे सम्पादक नहीं रखते जो पत्रको समुचित रूपसे चला सकें या फिर वे खुद समाजके लिए हानिकर कार्य करनेवाले समाज-विरोधी प्राणी होते हैं। ऐसे पत्र-संचालक अधिक दिन पत्रोद्योग के मैदानमें नहीं टिकते।

समाचार-पत्र उसमें काम करनेवाले सब लोगोंके सहयोगका सम्मिलित फल रहता है। यदि संचालक और सम्पादकमें सहयोग न हो तो संचालक पर आक्षेप होने लगते हैं कि वह पत्र-स्वातन्त्र्यमें बाधा डालता है, संपादकको धमकाकर जबरदस्ती असहाय बनाता है ताकि वह अपने

स्वतन्त्र मत और विचार पत्रमें प्रकट न कर सके जिससे पाठक अज्ञानमें और वस्तुस्थितिके सम्बन्धमें भ्रममें पड़ा रहता है। ये सभी आक्षेप तथ्यपूर्ण रहते हैं, सो बात नहीं। पत्र-संचालक जब पैसा लगाता है तब उसकी उचित बात पत्रमें क्यों न रहे और पत्र-संचालक भी वस्तुतः कम्पनीकी अन्य शेयरहोल्डरों या, पारिवारिक सम्पत्ति हो तो, परिवारके अन्य हिस्सेदारोंके प्रति जिम्मेदार रहता है। वस्तुतः पत्र-संचालक ट्रस्टी होता है, पत्र-संचालनमें उसकी आवाज सबसे तेज होती है, पर इससे आगे वह नहीं जा सकता।

'लन्दन टाइम्स' एक ऐसा पत्र है जहाँ पत्र-संचालक यद्यपि सम्पादकको नियुक्त करनेका या निकालनेका अधिकारी रहता है, पर वह केवल पत्रके व्यावसायिक भागको देखता है और सम्पादकीय नीतिकी सारी जिम्मेदारी कार्यकारी सम्पादकपर छोड़ देता है। कर्नल एस्टर हमेशा कहते हैं कि नीतिकी बात मैंने सम्पादकोंपर छोड़ दी है, व्यावसायिक अंग मैं देखता हूँ। 'टाइम्स' में यद्यपि कर्नल एस्टरके आधेसे अधिक शेयर हैं, फिर भी वहाँ डाइरेक्टरोंका बोर्ड है और सम्पादककी नियुक्ति या बरखास्तगी बोर्डकी सलाहसे ही होती है।

'टाइम्स' को छोड़कर ब्रिटेनके अन्य बड़े-बड़े पत्रोंके संचालक अपने-अपने पत्रोंमें बहुत दिलचस्पी लेते हैं। वहाँके पत्र-संचालकोंका अनुभव भी बहुत व्यापक रहता है। अपनी सारी जिन्दगी इसी व्यवसायमें उन्होंने बितायी है। यदि किसी संचालकमें पत्र चलानेकी योग्यता ही न रहे तो अब यह काम इतनी परेशानीका हो गया है कि वह खुद ही इसे छोड़नेको तैयार हो जायगा।

पत्र-संचालक यदि चाहे कि मैं ही सब कुछ करूँ तो यह कभी सम्भव नहीं हो सकता। रोजके पत्रका अन्तिम रूप रातमें काम करने वाला सहायक सम्पादक ही निश्चित करता है, वहाँ पत्र-संचालक नहीं आता। यदि एक भी गलत शीर्षक लगे तो पत्रपर तुरत उसका प्रभाव पड़ता है।

यदि संचालक पत्रमें अधिक दिलचस्पी लेता है तो पहली आवश्यक बात यह है कि पत्रके उद्देश्यके सम्बन्धमें सम्पादक और संचालकके विचार और कल्पनाएँ एक हों। यदि ऐसी बात न हो तो दोनोंको कभी एक जगह नहीं आना चाहिये। नीति-सम्बन्धी साधारण सिद्धान्तों पर दोनोंका एकमत होना आवश्यक है। जहाँ एक बार नीति-सिद्धान्त निश्चित हो जाते हैं, रोज-रोजके कामकी जिम्मेदारी सम्पादककी हो जाती है। संचालक-सम्पादकका रोज सलाह-मशविरा होता है, कभी-कभी मतभेद भी होता है, पर सलाह और बहससे तथा कार्यालयके अन्य सहयोगियोंसे परामर्शके बाद अन्तिम निश्चय हो जाता है।

ब्रिटेनमें लार्ड नार्थक्लिफ अपने समाचारपत्रोंमें सबसे अधिक दिलचस्पी लेनेवाले संचालक थे। वे रोज अखबार देखकर उसपर अपनी सलाह और टीका-टिप्पणी लिखकर सम्पादकोंके पास भेजते थे। राजनीतिके सम्बन्धमें सम्पादकसे मतभेद न होनेके कारण उनकी टीका-टिप्पणीमें यह विषय कभी नहीं आता था।

लार्ड ब्रीवरब्रुक भी नार्थक्लिफकी तरह अपने पत्रोंमें दिलचस्पी लेते थे और लार्ड केम्सली भी अपने पत्रोंकी उन्नतिके लिए उसी तरह प्रयत्नशील रहते हैं।

समाचारपत्रकी सारी व्यवस्था सम्पादकीय नींवपर ही आधारित हो सकती है। इसीलिए संचालकको सबसे पहले सम्पादकीय नीतिका निर्धारण करना चाहिये ताकि उस नीतिके आधारपर वह निर्णय कर सके कि हमारे पत्रकी बिक्रीसे और विज्ञापनसे कितनी आय हो सकती है। इसका निर्धारण होनेपर ही पत्रके खर्च और बजटका निश्चय किया जा सकता है।

पत्रकी नीतिका निर्धारण करनेमें इन बातोंका ख्याल करना पड़ता है—

(१) राजनीतिक दृष्टिसे हमारे पत्रकी नीति क्या रहेगी ?

(२) यह केवल ऊपरके तबकेके थोड़ेसे अमीर आदमियोंके लिए होगा या निम्न-मध्यवर्गवालोंके लिए व्यापक प्रचार-प्रसारका होगा।

(३) स्त्रियों, पुरुषों और विभिन्न आर्थिक वर्गोंमें किसके प्रति यह अधिक ध्यान देगा।

(४) यह केवल अपनेको स्थानीय क्षेत्रतक सीमित कर स्थानीय लोगोंके लिए रहेगा या इसका क्षेत्र व्यापक रहेगा।

नीति-सम्बन्धी इन सब बातोंके ऊपर एक बात रहती है और वह यह है कि पत्रमें घटनाओंका सत्य विवरण हो और उनपर ईमानदारीके साथ निष्पक्ष अपनी राय जाहिर की गयी हो। अगर ऐसा नहीं होता तो फिर पत्र चलाना व्यर्थ है। प्रचार बढ़ानेके लिए भी असत्य और दूषित नीतिका आधार कदापि नहीं लिया जाना चाहिये। ऐसी बातोंसे कुछ समय तक अखबारका प्रचार बढ़ सकता है पर स्थायी रूपसे यह नीति कभी सफल नहीं होती। इससे अखबार फिर अखबार नहीं रहता, हँसानेवाला और मनोरंजन करनेवाला परचा भर रह जाता है। पत्रका सफल-संचालन, ग्राहक-संख्या, विज्ञापनकी आय और पत्रका स्टैण्डर्ड, इन तीनोंसे आँका जाता है।

पत्र-व्यवस्था

पत्र-व्यवस्था पेशा भी है और उद्योग भी है। इसके उत्पादनका कच्चा माल अखबारी कागज और स्याही माना जाता है, पर उसमें भी मौलिक आवश्यक बात सम्पादकीय विभागके मस्तिष्क हैं। इसलिए इस उद्योगकी व्यवस्था करना अन्य उद्योगोंकी व्यवस्थासे बिलकुल भिन्न बात है।

उद्योगकी दृष्टिसे आयसे कम खर्च होना आवश्यक है। रुपयेकी कमी क्षम्य नहीं है। पत्र-स्वातन्त्र्यकी रक्षाके लिए आर्थिक सफलता आवश्यक है। आर्थिक दृष्टिसे सङ्कटमें पड़े पत्र बहुत जल्दी नीति-भ्रष्ट या लक्ष्य-भ्रष्ट किये जा सकते हैं।

अन्य उद्योगोंसे इसमें एक फर्क यह है कि इसका माल लागतसे कम मूल्यपर बेचा जाता है। दूसरोंके माल और सेवाओंकी उपलब्धिकी सूचना देनेके साधनके रूपमें इसका उपयोग होता है, इसीलिए इसी दृष्टिसे इस साधनकी वृद्धिपर जोर देना जरूरी है। साधारण व्यापारमें ग्राहक प्राप्त करनेसे पत्रके प्रचारविभागका काम भिन्न है। ग्राहक-संख्या थोड़ी बढ़ने-घटनेसे पत्रोत्पादनके खर्चपर असर नहीं पड़ता, पर आमदनी और विज्ञापनकी उपलब्धिपर असर होता है। यह ऐसा असाधारण व्यवसाय है जिसमें मुनाफा भी असाधारण हो सकता है या हानि भी असाधारण। साधारण कोई भी चीज नहीं है। इसलिए अच्छी व्यवस्था होना सबसे अधिक आवश्यक बात है।

सम्पादक कलाकार और स्रष्टा होता है। उसे व्यवसायमें उतनी रुचि नहीं रहती। वह बिक्री लायक अच्छा माल तैयार कर देता है। इसके बाद व्यवस्थापकका काम शुरू होता है। सम्पादकीय नींवपर ही मैनेजमेण्टका सारा ढाचा खड़ा किया जाना चाहिये।

अखबारकी सफलता केवल ग्राहक-संख्यापर ही निर्भर नहीं रहती। विज्ञापनकी आय घटती जाय और ग्राहक बढ़ते जायँ तो अखबार नुकसानमें ही रहेगा। विज्ञापन-प्राप्ति, प्रचार और गुण दोनोंपर निर्भर रहती है। प्रचार साक्षरता और जनताके जीवन-मानपर निर्भर रहता है।

विज्ञापनसे आय पूरी आयकी २५ से ४५ प्रतिशत तक इधर-उधर हो सकती है। ज्यों-ज्यों प्रसार बढ़ता है विज्ञापनकी आयका यह अनुपात घटता है। खर्चेका हिसाब कुछ इस प्रकार हो सकता है।

कच्चामाल (कागज-स्याही आदि)	—२५'५%
सम्पादकीय	२७'७
उत्पादन (छपाई)	२२'७
प्रचार	३'९
ढुलाई	५'१
विज्ञापन	१'९
व्यवस्था, कार्यालय, घिसाई	१३'२
	१००

पत्रोत्पादन-खर्च और पत्रके बेचनेके मूल्यमें कोई सीधा सम्बन्ध नहीं रहता। खरीदनेवाले अपने पत्रके लिए अधिकसे अधिक क्या दाम दे सकते हैं, यही देखना पड़ता है। पत्रकी व्यवस्था अच्छी होना बहुत ही आवश्यक है। पिछले कुछ वर्षोंमें बहुतसे अच्छे-अच्छे पत्र केवल व्यवस्था अच्छी न होनेके कारण बन्द हुए हैं।

विज्ञापनकी आय यदि कम हो और ग्राहक-संख्या बढ़ती जाय तब भी पत्र घाटेमें चलेगा और ग्राहक-संख्या बढ़ते चलनेसे नुकसान भी बढ़ता जाता है। अगले ६ महीनेकी आयका अन्दाजा आसानीसे लगाया जा सकता है। ग्राहकोंसे क्या आय होगी और विज्ञापनसे क्या होगी इसका अनुमान करना कठिन नहीं है।

पत्रोद्योग दो उद्योगोंका सम्मिश्रण है। एक छपाईका छापाखाना और ब्लाकके यन्त्रोंका चलाना और दूसरा पत्र बेचना। सब यन्त्र चालू हालतमें रखना और सड़क, रेल, विमानसे पत्र भेजनेका सिलसिला ठीक रखना—व्यवस्था विभागका प्रधान कर्तव्य है।

सम्पादक

सम्पादकका मुख्य काम निर्धारित नीतिके अनुसार पत्रको चलाना होता है। संचालक या संचालकमण्डल पत्रके सम्बन्धमें जो नीति निश्चित करता है उसे इस प्रकार कार्यान्वित करना कि पत्रकी उत्तरोत्तर उन्नति होती चले, यही सम्पादकका मुख्य कर्तव्य है। सम्पादककी तीन निष्ठाएँ रहती हैं। पहली निष्ठा तो संचालकके प्रति रहती है। संचालकके पत्र-हितको हानि पहुँचानेवाली कोई बात वह नहीं कर सकता। दूसरी निष्ठा उसके अपने स्टाफके प्रति रहती है क्योंकि स्टाफकी नियुक्ति आदिमें उसकी सलाह ली जाती है और यदि वह स्टाफके साथ निष्ठ नहीं रहा तो स्टाफ भी उसके साथ निष्ठासे काम नहीं कर सकता। स्टाफपर कार्यालयके अन्दर या बाहर जो आक्रमण हों उनसे उसकी रक्षा सम्पादकको करनी रहती है। सम्पादककी तीसरी निष्ठा अपने पत्रके पाठकोंके प्रति रहती है। पत्रके पाठक क्या कहते हैं, क्या चाहते हैं, क्या नापसन्द करते हैं इसके बारेमें सम्पादकको हमेशा सतर्क रहना पड़ता है। इसलिए उसे इस सम्बन्धकी अपनी डाकपर हमेशा विचारपूर्वक ध्यान रखना होता है और हरएक पत्रका सहानुभूति और शिष्टताके साथ उत्तर देना होता है।

सम्पादकको यह देखना आवश्यक है कि पत्रकी सम्पादकीय नीति चाहे जो हो, पर समाचारके स्थान सब पार्टियोंके और सब व्यक्तियोंके लिए खुले रहें। समाचारका स्थान स्वतन्त्र और तटस्थ रहता है, वह सबके लिए समान रूपसे प्राप्य रहना चाहिये।

सम्पादकको अपने पत्रपर बड़ी कड़ी नजर रखनी पड़ती है। समाचार ताजासे ताजा रहे, निष्पक्ष रहें, शीर्षक तटस्थताके द्योतक हों, भाषा

सरल हो, महत्त्वके समाचार छूटते न हों, आवश्यक समाचार लम्बे हों तो उनके लिए आवश्यक स्थान प्राप्त होता रहे आदि बातें वह मुख्य सहायक-सम्पादककी सहायतासे देखता रहता है। समाचार समितियों और अपने संवाददाताओंसे समाचार प्राप्त करनेकी व्यवस्था समाचार-सम्पादककी मददसे होती रहती है। स्थानीय समाचारोंकी सर्वोत्तम व्यवस्था चीफ रिपोर्टरकी सहायतासे की जाती है।

अग्रलेख-लेखकसे सम्पादक पहले सलाह-मशविरा करता है और बादमें उसके लेखमें आवश्यक संशोधन, काट-छाँट और वृद्धि कर उसे पत्रकी नीतिका द्योतक बना देता है। फीचर-लेख और विशेष समाचार उन-उन विभागोंके सम्पादकोंसे प्राप्त कराता रहता है।

सम्पादकको हमेशा अपने शहरके और बाहरके मुख्य-मुख्य लोगोंसे सम्पर्क बनाये रखना चाहिये। बीच-बीचमें स्टाफके और बाहरके संवाददाताओंके सामूहिक सम्मेलन करना भी आवश्यक है।

पुराने जमानेमें संचालक ही सम्पादक होता था और राजनीतिज्ञ भी होता था। अब सम्पादक स्वयं एक वेतनभोगी कर्मचारी होता है। इसलिए पत्रकी नीति और सञ्चालनके सम्बन्धमें उसे सञ्चालकसे निरन्तर सलाह-मशविरा करते रहना पड़ता है।

समाचार चौबीसों घण्टे आते रहते हैं और दिनभर अखबारोंके संस्करण निकलते रहते हैं। यदि सम्पादकका वासस्थान अखबारके दफ्तरमें हो तब भी यह सम्भव नहीं कि वह चौबीसों घण्टा दफ्तरमें रहे। अखबारका प्रधान संस्करण चाहे शामको निकलता हो, चाहे सुबह, सम्पादकका दफ्तरका समय दिनमें ही रखना ठीक होता है क्योंकि उसी समय डाक आती है और कार्यालयमें मिलनेवालोंसे भी भेंट होती है। पर सम्पादकको टेलिफोनके जरिये चौबीसों घण्टे अपने स्टाफसे सम्पर्क बनाये रखना पड़ता है क्योंकि महत्वका समाचार कब आ जाय इसका कोई निश्चय पहलेसे नहीं रहता।

सम्पादकके लिए यह अत्यावश्यक है कि वह रेडियो, यदि हो तो

टेलिविजन, और टेलिप्रिंटरपर चौबीसों घण्टे ध्यान रखे। बाहरके समाचार पत्रोंपर और अपने शहरके अपने प्रतिस्पर्धी पत्रोंपर उसे कड़ी नजर रखनी पड़ती है।

पत्रकारीका क्षेत्र अब इतना विस्तृत हो गया है कि राजनीति और सम्पादकत्व दोनों काम साथ-साथ सफलतासे नहीं चल सकते। ग्राहक या पाठकका अनुग्रह प्राप्त करना सम्पादककी सबसे बड़ी सफलता है। निष्पक्ष और तटस्थ रूपसे समाचार छापना, यदि गलतियाँ हो जायँ तो खुले मनसे उनको स्वीकार करना और टीका करनी हो तो वह भी संयत और न्यायोचित रूपसे करना, इन बातोंपर ध्यान देते रहनेसे पाठकका प्रेम सम्पादक प्राप्त कर लेता है और यही उसकी सफलताकी कुञ्जी है।

सम्पादक वस्तुतः कलाकार होता है। उसे अखबार अच्छा बनाने की चिन्ता रहती है। फलाँ बिलमें चार पैसा अधिक लगा या दो आना कम लगना चाहिये, इसकी वह अधिक चिन्ता नहीं करता। इस मामलेमें व्यवस्था विभागसे उसका अकसर झगड़ा होता है, पर व्यवस्था विभागको यह बात अच्छी तरह समझ लेनी चाहिये कि सम्पादकको उद्योग-व्यवसायके नियमोंमें उतनी दिलचस्पी नहीं रह सकती। सम्पादकका मुख्य कर्तव्य यही रहता है कि वह ऐसा पत्र तैयार करता रहे कि उसके पाठकोंकी संख्या बढ़ती चले। सम्पादक यदि व्यवस्था विभागकी आवश्यकताएँ भी समझनेवाला हो तब तो उसकी उपयोगिता आजके युगमें और भी बढ़ जाती है। पर सम्पादकका प्रधान कर्तव्य पत्रको अच्छा बनाना ही रहता है।

पत्रके प्रचारका क्षेत्र तैयार करनेमें सम्पादकीय नीति खेत जोतनेवाले हलकी नोंकका काम करती है। पत्रमें जो कुछ छपेगा उसीसे प्रचार-क्षेत्र तैयार होगा। इसलिए सम्पादकको इस बातका हमेशा ध्यान रखना पड़ता है कि हमें किस प्रचार-क्षेत्रको किस प्रकारके हल-बैलसे जोतकर तैयार करना है।

भारतमें, कानूनकी दृष्टिसे, पत्रमें जो कुछ छपता है उसकी सारी जिम्मेदारी सम्पादककी रहती है, संचालककी या अन्य किसीकी नहीं (प्रधान सम्पादककी भी नहीं।) १८६७ के प्रेस ऐण्ड रजिस्ट्रेशन आफ बुक्स ऐक्टमें एडिटर या सम्पादककी व्याख्या इस प्रकार दी गयी है—

Editor means the person who controls the selection of the matter that is published in a newspaper.

समाचारपत्रमें जो कुछ छपता है—उसका निश्चय करनेवाला व्यक्ति 'सम्पादक' कहाता है। इसी कानूनके अनुसार समाचारपत्रके हरएक अंकपर सम्पादकका भी नाम (मुद्रक-प्रकाशकके अतिरिक्त) अवश्य प्रकाशित करना पड़ता है। यदि कोई दूसरा आदमी किसीका नाम जबरदस्ती 'सम्पादक' कहकर छापता है तो उस व्यक्तिको चाहिये कि नाम छपनेकी बात मालूम होनेपर दो सप्ताहके अन्दर मजिस्ट्रेटके सामने जाकर इस बातका डिक्लेरेशन दे दे कि मैं सम्पादक नहीं हूँ।

समाचार, चित्र, विशेष लेख (फीचर), खेलकूद आदि सभी विभागोंके कार्योंमें सामञ्जस्य रखनेके काममें सहायक-सम्पादक, सम्पादककी सहायता करते हैं। डाक आनेके समय कार्यालयमें उपस्थित रहकर डाक आते ही उसे छाँटकर विभिन्न विभागोंमें उसके अनुसार तुरत काम करानेकी फिक्र सहायक सम्पादक करता है।

सम्पादकीय कार्यालय

किसी भी बड़े और सर्वाङ्गपूर्ण दैनिक पत्रके सम्पादकीय विभागमें कितने कार्यकर्ता चाहिये, यह नीचे दिया जाता है—

सम्पादक
संयुक्त सम्पादक (कई)
व्यवस्था-सम्पादक
समाचार-सम्पादक
रविवासरीय सम्पादक
स्थानीय-सम्पादक
स्थानीय सहायक-सम्पादक
तार-सम्पादक
समुद्री तार-सम्पादक
मेक-अप-सम्पादक
खेलकूद-सम्पादक
उद्योग-अर्थ-सम्पादक
मजदूर-सम्पादक
महिला-सम्पादक
अग्रलेख-लेखक (कई)
विशेष-लेखक (कई)
चित्र-सम्पादक
रोटोग्रेवर-सम्पादक
सामाजिक-समाचार सम्पादक
नाट्य-सम्पादक
कालमिस्ट स्तम्भ लेखक (कई)
साहित्य-सम्पादक
संगीत-सम्पादक
सिनेमा-सम्पादक
कार्टूनिस्ट, व्यंगचित्रकार (कई)
कला-सम्पादक
रेडियो-सम्पादक
मोटर-सम्पादक
यात्रा-सम्पादक
धर्म-सम्पादक
चल-अचल सम्पत्ति-सम्पादक
टिकट-सम्पादक
विमानविद्या-सम्पादक
बागवानी-सम्पादक
कृषि-सम्पादक
प्रूफ रीडर (कई)
अनुवादक-पुनर्लेखक (कई)
रिपोर्टर-संवाददाता (कई)
फोटोग्राफर (कई)
कलाकार (कई)
क्लर्क (कई)
चपरासी (कई)
दौड़-धूप करनेवाले लड़के (कई)
संदेशवाहक (कई)
पुस्तकाध्यक्ष पत्राध्यक्ष

यह आदर्श व्यवस्था है, पर बहुत कम अखबारोंकी आर्थिक स्थिति ऐसी रहती है कि इतने आदमी सम्पादकीय विभागमें रखे। पत्रकी आर्थिक अवस्थाके अनुसार अधिकसे अधिक सम्भव-संख्यामें आदमी रहनेपर पत्रका ही लाभ होता है।

भारतमें पत्रोंकी आर्थिक स्थिति ऐसी नहीं है कि उपर्युक्त संख्याके आधे आदमी भी रखें। यहाँ अभी एक-एक व्यक्तिको कई विषयोंके विशेषज्ञ होनेका दम भरना पड़ता है या मजबूरन कई पदोंका उत्तरदायित्व एक साथ लेना पड़ता है। फिर भी अच्छे अखबारोंमें कार्यविभाजन उक्त दिशामें ही अग्रसर हो रहा है।

सम्पादकीय विभागका कार्य

समाचारपत्रमें विज्ञापनोंको छोड़कर और जितनी सामग्री छपती है उसके चार विभाग किये जा सकते हैं—

(१) समाचार। (२) सम्पादकीय लेख।
(३) समाचारोंको समझानेवाले विशेष लेख (फीचर)।
(४) कार्टून, चित्र।

अच्छे समाचारपत्रका अपना एक अलग 'व्यक्तित्व' रहता है। इन चारों विभागोंमें और विज्ञापनोंमें भी यह व्यक्तित्व समान रूपसे दृष्टिगोचर होता है। चारों विभागोंमें एकरूपता लाना ही पत्रकी सफलता और कलात्मकता है। समाचारपत्रके कार्यालयमें काम करनेवाले सभी लोगोंके सम्मिलित प्रयत्नसे ही यह सम्भव हो सकता है।

आजकल समाचारपत्र इतनी जल्दीमें निकलते हैं कि कार्यालयके किसी भी एक कर्मचारीकी जरा-सी लापरवाही भी तुरत पत्रपर हानिकारक असर डालती है। जल्दबाजीमें कुशलतम पत्रकारोंसे भी गलतियाँ होना सम्भव रहता है। इसलिए समाचारपत्र कार्यालयमें बहुत अधिक सावधानताकी आवश्यकता रहती है।

अखबारमें कुल जितनी सामग्री छपती है उसमेंसे बहुत कम खास

सम्पादकीय कार्यालयमें तैयार होती है। समाचार अधिकतर बाहरसे आते हैं, केवल स्थानीय समाचार कार्यालयमें नियुक्त संवाददाता एकत्र करते हैं।

पत्रकी सारी सामग्री कैसे तैयार होती है और पत्रनिर्माणमें कितने व्यक्ति किस प्रकार खिलाड़ियोंकी टीमकी तरह एक होकर काम करते हैं यह अगले अध्यायोंमें दिया जा रहा है।

समाचार-सम्पादक

पत्रमें छपनेवाले समाचारोंके संकलनकी व्यवस्था करना समाचार-सम्पादकका मुख्य काम है। देश-विदेशके सैकड़ों संवाददाता और स्थानीय रिपोर्टर उसके साथ काम करते हैं। संवाददाताओंका जाल बिछाते जाना, उनसे पत्रव्यवहारके जरिये सदा सम्पर्क बनाये रखना, उनको निर्देशन देते रहना और उनके यहाँसे डाक, पैकेट, तार या टेलिफोनसे आये समाचारोंका समाचार-विभागसे पत्रमें पूरा उपयोग कराना उसका काम है। वह कार्यालयके अन्य विभागोंसे भी सदा संम्पर्क बनाये रखता है ताकि सब काम सबके सहयोगसे सर्वोत्तम हो।

२५-५० साल पहले समाचारपत्रोंके कार्यालयोंमें समाचार-सम्पादकका पद नहीं रहता था। आज जो काम समाचार-सम्पादक करता है उसे उस समय सम्पादक और चीफ रिपोर्टर मिलकर करते थे। अखबारोंका क्षेत्र ऐसा बढ़ा है कि उसमें पुरानी व्यवस्था चल नहीं सकती थी।

आजके समाचार-सम्पादकको बहुत तीक्ष्ण बुद्धिका, संघटन-चतुर, शारीरिक दृष्टिसे अति स्वस्थ, मिलनसार, जन्मजात पत्रकार-बुद्धिवाला, मेधावी, प्रत्युत्पन्नमति और अथक परिश्रमी होना चाहिये।

परिशिष्टमें हमने दुनियाके सर्वोत्तम समाचार-संग्रहका तीस साल पहलेका एक नमूना दिया है। 'न्यूयार्क टाइम्स' के उस समयके व्यवस्था-सम्पादक श्री कार वान आण्डाने समाचार-सम्पादकके लिए आवश्यक सभी मानवीय गुणोंका पूरा-पूरा उपयोग कर किस प्रकार एक बड़ी जहाज दुर्घटनाका विस्तृत और हृत्कम्पकारी वर्णन अपने

पत्रमें दिया था इसका विवरण उसमें हैं। तीस साल पहलेका समाचार-संघटनका वह नमूना आज भी सर्वोत्कृष्ट ही है।

समाचार सम्पादकको अपने आसपासके क्षेत्रका पूरा भूगोल, इतिहास और सामाजिक हाल मालूम होना चाहिये। अपने क्षेत्रके सार्वजनिक एवं राजनीतिक कार्यकर्ताओंके बारेमें भी उसे व्यापक जानकारी रखनी होती है।

स्थानीय समाचारों और पत्रकी ग्राहकसंख्याका आपसमें बहुत सम्बन्ध रहता है। देशी-विदेशी समाचार जल्दी देनेके साथ-साथ जो पत्र सन्तुलित सम्पादकीय मत व्यक्त करता है और तत्स्थानीय समाचार अधिक देता है उसीको किसी जगहके पाठक अधिक पसन्द करते हैं। इसलिए समाचार सम्पादक अपने समाचार-क्षेत्रको विस्तृत करता चलता है और सफरमैनाकी तरह ग्राहक-विभागको क्षेत्र तैयार करके देता चलता है।

पत्रकी सफलता-विफलताकी कुञ्जी बहुत-कुछ समाचार-सम्पादकके हाथमें रहती है। समाचारसमितियों द्वारा टेलिप्रिंटरपर प्राप्त देश-विदेशके समाचारोंका तुरत और उचित ढंगसे उपयोग, पत्रके हरएक संस्करणको बिलकुल ताजा रखना, जो संस्करण जहाँ जाते हों वहाँके विस्तृत समाचार उस संस्करणमें अधिक अच्छे ढङ्गसे देना, यह देखना कि समाचारोंमें किसी व्यक्ति, जाति या समाजके प्रति अन्याय न हो, अखबार व्यर्थके मानहानिके मुकदमोंमें न फँसे, यह सब समाचार-सम्पादकको देखना पड़ता है।

समाचारपत्रका मूलाधार समाचार रहते हैं और उन्हें सब सम्भव तेजसे तेज गतिके साधनोंसे ठीक-ठीक अपने कार्यालयमें प्राप्त करनेकी व्यवस्था समाचार-सम्पादक करता है। सभी साधनोंसे आये समाचार सबसे पहले समाचार सम्पादकको मिलते हैं इसलिए सम्पादकीय विभागके अन्य कार्योंका वह केन्द्रबिन्दु हो जाता है। नये-नये समाचारों और नयी-नयी घटनाओंसे सम्पादकको सूचित करते रहना, फीचर सम्पादकों-

को नयी संभाव्य घटनाओंके बारेमें सङ्केत देते चलना, अग्रलेख-लेखकोंको नयी परिस्थितियाँ बताते चलना, ब्लाक और चित्र विभागको नयी आवश्यकताओंके लिए तैयार रहनेको कहना, अपने सहायक संस्करण-इंचार्जोंकी सहायता करते हुए निश्चित समयपर पत्र छापनेको देनेकी व्यवस्था रखना आदि महत्वके काम उसे करने रहते हैं।

चूँकि समाचारोंके सम्बन्धमें सारा पत्रव्यवहार समाचार-सम्पादक करता है इसलिए उसे अपनी फाइलें भी हिफाजतसे रखनेकी फिक्र करनी पड़ती है। हरएक स्थानके संवाददाताकी अलग-अलग फाइल होनी चाहिये। अखबारोंको अदालती नोटिसें और अदालतमें जानेकी धमकी-की नोटिसें बहुत आती हैं। यह व्यवस्था होनी चाहिये कि हरएक पत्रका उत्तर अविलम्ब चला जाया करे।

समाचार सम्पादककी सफलता ताजे और सत्य समाचारोंकी त्वरित उपलब्धि और प्रकाशनपर निर्भर रहती है। देश-विदेशमें महत्त्वके स्थानों-पर उसे अपने संवाददाताओंका जाल बिछा देना पड़ता है।

राजधानीके संवाददाता

जब कोई समाचारपत्र राजधानीके अतिरिक्त अन्य किसी स्थानसे प्रकाशित होता है तो उसे राजधानीमें अपने बहुत अच्छे आदमी रखने पड़ते हैं। भारतमें संघीय राज्य होनेके कारण दो राजधानियोंका ध्यान रखना पड़ता है—एक दिल्ली और दूसरी अपने प्रदेशकी राजधानी। यदि पत्र छपनेका स्थान दो या उससे अधिक राज्योंकी सीमापर हो तब तो उसे और भी राजधानियोंमें अपना प्रबन्ध करना पड़ता है।

राजधानीके संवाददाताका महत्त्व अब इतना बढ़ गया है कि वहाँ केवल एक संवाददातासे काम नहीं चलता, वहाँ पृथक् कार्यालयकी और कई आदमियोंकी आवश्यकता पड़ने लगी है। इसीलिए ब्रिटेनमें लन्दनके संवाददाताको लन्दन-एडिटर कहते हैं और उसके कार्यालयमें काफी बड़ा स्टाफ रहता है। राजनीतिक, आर्थिक तथा सामाजिक जीवनका संचालन राजधानियोंसे होने लगा है। सरकारकी प्रेस कानफरेन्सें और

प्रेस यात्राएँ वहींसे होती हैं। राजधानीके संवाददातापर अपने पत्रका सम्पर्क सभी बड़े और महत्त्वके आदमियोंसे बनाये रखनेकी जिम्मेदारी होती है।

राजधानीके संवाददाताको विधानसभाओंकी बैठकोंकी रिपोर्टें देनी पड़ती हैं। विधानसभामें हुए प्रश्नोत्तर और वहाँ हुई बहसें, सभाभवनके बाहर सभाकक्ष (लाबी) से प्राप्त हुए समाचार आदि भी उसे भेजने पड़ते हैं।

विधानसभाकी कारखाईकी विस्तृत रिपोर्टें तो समाचारसमितियाँ भेजती हैं, पर राजधानीके संवाददाताको भी अपने ढंगसे लिखकर उनका आशय रोज-रोज देना पड़ता है। पार्लमेण्ट[1] और जनताके बीच सम्पर्क-स्थापनकी कड़ीका काम आजकल राजधानीका संवाददाता करता है।

विदेशोंमें संवाददाता

बड़े अखबार अब केवल रायटर आदि समाचार-समितियोंपर ही विदेशी समाचारोंके लिए निर्भर नहीं रहते। वे हरएक बड़ी राजधानीमें अपने संवाददाता या दफ्तर रखते हैं या अपने कार्यालयके ही किसी सम्पादक या संवाददाताको सालभर विभिन्न राजधानियोंका परिभ्रमण करनेके लिए भेजते हैं। स्वतन्त्र रूपसे प्राप्त किये गये इन विदेशी समाचारोंके कारण पत्रको विशेष महत्त्व और आदर प्राप्त होता है।

युद्ध संवाददाता

अच्छे समाचारपत्रोंको प्रायः युद्ध-क्षेत्रमें भी अपने संवाददाता

१ ब्रिटिश पार्लमेण्टकी कारखाईकी विस्तृत रिपोर्ट सरकारी रूपसे प्रकाशित होती है। उसे 'हैनसार्ड' कहते हैं। १८ वीं सदीमें लूक हैन-सार्ड नामका एक आदमी लन्दन गया और वह पार्लमेण्टकी रिपोर्ट इस तरह छापता था, तभीसे अब सरकारी रिपोर्टका गैरसरकारी नाम 'हैनसार्ड' ही हो गया है।

रखने पड़ते हैं। हेगमें स्वीकृत हुए नियमोंके अनुसार यदि कोई संवाद-दाता या रिपोर्टर युद्धमें पकड़ा जाय तो उसका दर्जा सैनिक बन्दियों जैसा माना जाता है।

समाचार किसे कहते हैं और समाचार भेजनेवालोंको किन-किन नियमों, प्रतिबन्धों आदिका पालन करना चाहिये, इसकी चर्चा अब हम अगले अध्यायमें करेंगे।

समाचार किसे कहते हैं ?

दुनियामें कहीं भी किसी भी समय कोई छोटी-मोटी घटना या परिवर्त्तन हो उसका शब्दोंमें जो वर्णन होगा, उसे समाचार या खबर कहते हैं। पर इसका यह मतलब नहीं कि हरएक घटनाका वर्णन फिर वह चाहे जैसा लिखा हो, हर अवस्थामें और हर अखबारमें छपने लायक ही होता है।

पहले हमें यह देखना चाहिये कि हमारा अखबार कौनसे लोग पढ़ते हैं और जो लोग हमारा अखबार पढ़ते हैं वे कौन-सी और कैसी खबरें पढ़ना चाहते हैं। हमें यह भी देखना चाहिये कि कौनसे समाचार पढ़नेसे हमारे समाचारपत्रके पाठकोंका दैनिक जीवनमें लाभ होगा, सामाजिक जीवनमें वे समाजको आगे बढ़ा सकेंगे, राष्ट्रके सुयोग्य नागरिक बननेमें उनको सहायता मिलेगी और सर्वोपरि उन्हें भौतिक और आत्मिक सुख-शान्ति प्राप्त करनेमें मार्ग-दर्शन होगा।

हमें यह भी ध्यान रखना होगा कि हम जो समाचार भेजें उसके हमारे अखबारमें छपनेपर उसके पाठक उक्त समाचारको उत्सुकतासे पढ़ते हैं या नहीं; और उस समाचारसे उनकी जानकारीमें वृद्धि होती है या नहीं—उन्हें केवल वे ही बातें तो नहीं मालूम होतीं जिन्हें वे पहलेसे जानते हैं ?

प्रत्येक घटना 'समाचार' नहीं

अंग्रेजीमें समाचारोंको न्यूज कहते हैं। यह नाम सम्भवतः इसी लिए पड़ा है कि समाचार हमेशा न्यू यानी नये होने चाहिये। नार्थ, ईस्ट, वेस्ट, साउथ चारों दिशाओंसे समाचार आते हैं। इसलिए इनके

रोमन आद्याक्षर लेकर भी News शब्द बना है। दैनिक पत्रोंके लिए किसी घटनाका वर्णन २४ घण्टेके बाद और साप्ताहिक पत्रोंके लिए एक सप्ताह बाद छापनेपर उसमें समाचारत्व नहीं रह जाता।

किसी भी घटनाका समाचारिक महत्त्व जानना एक कला है। पत्रकारीको इसीलिए लोग कला भी कहते हैं। समाचारोंका महत्त्व समझनेमें जो संवाददाता जितना अधिक पारङ्गत होगा, उतना ही सफल पत्रकार वह कहलायगा। यह बात नहीं कि छोटी घटनामें समाचारिक महत्त्व नहीं रहता और बड़ी सब घटनाओंमें यह रहता ही है। समाचारिक महत्त्व रहनेके लिए घटनाका छोटा या बड़ा होना महत्त्वकी बात नहीं। समाचारोंका महत्त्व जाननेमें निपुण और कुशल होनेके लिए यह आवश्यक है कि संवाददाता अपनी आँखें और अपने कान चौबीसों घण्टे खुले रखें। आँखें जो बातें देखेंगी और कान जो बातें सुनेंगे उससे मस्तिष्कमें समाचारोंके चित्र बराबर बनते चलेंगे। आदतसे समाचारिक महत्त्व जाननेकी कला वृद्धिगत होती जाती है।

आपके ग्रामके रहनेवाले किसी एक ग्रामीणको कोई मामूली बीमारी हो तो वह समाचार नहीं है, पर यदि वही ग्रामीण ग्रामका सबसे वृद्ध या असाधारण बड़ी उम्रका १००-१५० वर्षका हो तो उसकी मामूली बीमारी भी समाचार हो जाती है। किसी ग्रामीणको कोई असाधारण, या संक्रामक रोग हो तो उसकी बीमारीकी बात समाचार हो जायगी।

अकसर यह होता है कि किसी मनुष्यको या वस्तुके विज्ञापनको संवाददाता समाचार बना देता है। विज्ञापन कभी समाचार नहीं हो सकता। विज्ञापन और समाचारको अलग-अलग करना भी एक कला है और संवाददाताको उसमें पारङ्गत होना चाहिये। विज्ञापनोंको समाचार बनाकर देनेमें पत्रकी आमदनी तो घटती ही है, विज्ञापक समाचारपत्रका अपने स्वार्थके लिए दुरुपयोग करनेका आदी हो जाता है। विज्ञापन कौन-सा है, इसकी साधारण सरल व्याख्या यह की जा सकती

है कि जिसके पढ़नेसे पाठक रुपया या वैसी ही कोई मूल्यवान वस्तु खर्च करनेकी ओर प्रवृत्त हो वह विज्ञापन है।

बहुतसे लोग समाचारपत्रोंको अपनी 'सूचना पुस्तक' भी समझते हैं। किसी मामूली संस्थाकी कार्यकारिणी समितिके १० सदस्योंकी सभा हो तब भी उसकी सूचना वे सदस्योंके पास न भेजकर समाचारपत्रोंमें छपवानेका प्रयत्न करते हैं। संवाददाताओंको याद रखना चाहिये कि समाचारपत्र किसीकी 'सूचना-पुस्तक' नहीं है।

जो घटना मामूली और रोज-रोजकी होती है उसमें समाचारिक महत्त्व नहीं रहता। पर यदि किसी स्थानका कोई वृद्ध व्यक्ति पहले-पहल रेलगाड़ीमें बैठता है तो उसकी यात्रा 'समाचार' कोटिमें आ सकती है। कोई बड़ा जमींदार हाथी खरीदे तो वह समाचार नहीं है, पर यदि किसी किसानने हाथी या हवाई जहाज खरीदा तो वह तुरत समाचार हो जाता है।

टीका-टिप्पणी या व्यक्तिगत शिकायतें समाचार नहीं हो सकतीं। किसी घटनापर टीका-टिप्पणी सम्पादकीय लेखोंमें ही की जानी चाहिये। समाचारोंके स्तम्भोंमें टीका-टिप्पणीको स्थान नहीं मिलना चाहिये। अपना नाम देकर जो चीज छापनेका संवाददाताको साहस न हो वह चीज कभी नकली नामसे, बिना नामसे या समाचारके रूपकी आड़में नहीं छपवानी चाहिये। सार्वजनिक महत्त्वकी टीका-टिप्पणियाँ और शिकायतें छापनेका स्थान सम्पादकके नाम-पत्र स्तम्भमें रहता है। इसके लिए समाचारोंके स्थानका दुरुपयोग न कर उसके स्थानका सदुपयोग करना चाहिये।

व्यक्तिगत निन्दा-स्तुति कभी समाचार नहीं हो सकती। पर संवाद-दाता यदि कभी किसी सुयोग्य व्यक्तिकी जायज थोड़ी-सी प्रशंसा करता है तो उसे सम्पादक कभी-कभी छाप सकता है क्योंकि ऐसी प्रशंसा छापनेसे संवाददाताको और पत्रको मित्र प्राप्त होते हैं। अपना मैत्री-क्षेत्र

अधिकाधिक बढ़ाना हरएक व्यक्तिका तथा संस्थाका उद्देश्य होना चाहिये।

लोगोंके आपसके झगड़े अखबारोंमें नहीं आने चाहियें। यदि उनके सम्बन्धमें कोई बात देनी ही हो तो वह इस ढंगसे दी जा सकती है कि उससे झगड़े सुलझानेमें सहायता हो, झगड़ा बढ़ाना अखबारोंका उद्देश्य कभी नहीं हो सकता।

अफवाहें समाचार नहीं हो सकतीं। पाठक समाचार चाहता है, अफवाहें नहीं। किसीका मजाक उड़ाना या अप्रत्यक्ष रूपसे किसीपर व्यक्तिगत लांछन लगाना या किसीके व्यक्तिगत जीवनकी बातोंको लेकर हास्य-विनोद करना संवाददाताका काम कभी नहीं होना चाहिये। विभिन्न विषयोंपर हर स्थानमें बहसें होती रहती हैं; ऐसी आपसकी बहसें कभी समाचारका रूप ग्रहण नहीं कर सकतीं।

समाचारोंके विषय

संवाददाताका काम प्रारम्भ करनेवाले उम्मेदवारोंको पहले यह जान लेना चाहिये कि समाचारोंके साधारणतः कौन-कौनसे विषय होते हैं। एक सूची हम यहाँ देते हैं, पर यह सम्पूर्ण नहीं है। इसमें बहुतसे नये और असाधारण विषय जोड़े जा सकते हैं। यह सूची केवल प्रारम्भिक सहायताके लिए है।

अग्निकाण्ड	ऐतिहासिक महत्त्वकी खबरें
अंधड़	कब्रगाह, कचहरियाँ
अपराध	कल-कारखाने
अन्त्येष्टियाँ	क्लब
अस्पताल	कम्पनियोंके कार्य
आत्महत्याएँ	कृषि
इमारतें—नयी-पुरानी	कोआपरेटिव
उपद्रव	खाद-खदान

खेल तमाशे
गिरजाघर
गुप्त संस्थाएँ
गुरुद्वारे
चुनाव
चोरियाँ
जन्म
जन्म-दिवस
जलकल
डकैतियाँ
डाक-तार
डाइरेक्टरोंकी बैठकें
तमाशे
तूफान
त्यागपत्र-महत्वके
दंगल
दंगे
दान
दीक्षान्त समारोह
दुर्घटनाएँ
नहरें
नाटक
नियुक्तियाँ—महत्वकी
नियन्त्रण
नृत्य
पार्टियाँ
प्राकृतिक कोप
प्रदर्शन
प्रदर्शनियाँ
पुल
फसल
बगीचे
बाढ़
बरखास्तगी
बाँध
बीमारियाँ
बिजलीघर
मजदूर आन्दोलन
महिला आन्दोलन
मनोरञ्जन
मनोरञ्जक घटनाएँ
मन्दिर-मसजिद
मृत्युएँ
मृत्युपत्र—महत्वके
मुकदमे
मोसिम
राशन
रेडियो
वार्षिकोत्सव
वर्षगाँठ
वार्षिक बैठकें
व्यापारी कोठियाँ
विचित्र घटनाएँ
विवाह

विवाह-विच्छेद	सभाएँ
व्यक्ति—महत्वके	सिनेमा
वैज्ञानिक खोज	स्वागत समारोह
व्याख्यान	स्थापनोत्सव
श्मशान	हड़ताल
संस्कारोत्सव	हत्याएँ
सड़कें	

समाचारोंके विशिष्ट स्थान

समाचार किसी खास जगह पर नहीं मिलते। आँख-कान खुले रखकर और पेन्सिल-कापी तैयार रखकर चौबीसों घण्टे हर जगह समाचार प्राप्त किये जा सकते हैं। फिर भी कुछ खास जगहों और व्यक्तियोंकी नामावली हम यहाँ देते हैं जहाँ समाचार अधिकाधिक सुविधासे प्राप्त किये जा सकते हैं।

अखबारोंके कार्यालय	इम्प्रूवमेण्ट ट्रस्ट
अन्य पत्रोंके संवाददाता	कारपोरेशन-मेयर
हवाई अड्डे—हवाई अफसर	बन्दरगाह
पुलिस थाने, कोतवाल, सुपरिण्टेण्डेण्ट, कान्स्टेबल	मोटर ठहरनेके अड्डे
	वकील
जिला मजिस्ट्रेट— राशन अफसर	वाइस चांसलर-विश्वविद्यालय, कालेज
अस्पताल—डाक्टर, नर्सें	सार्वजनिक संस्थाएँ—कांग्रेस, आदि
श्मशान	डाकखाने
बोर्डोंके अध्यक्ष, एक्जीक्यूटिव अफसर, सेक्रेटरी	टेलिफोन आपरेटर
	क्लब
रेलवे स्टेशन	दमकल अफसर
कचहरी—सरकारी दफ्तर	मौसिम-कार्यालय
बंक—बीमा कम्पनियाँ	एम.पी., एम.एल.ए. (व्यवस्थापक)

कारखाने	सेक्रेटरियट—सेक्रेटरी
बाजार	सूचना अफसर
होटल-चायगृह	धनी सज्जन जिनके यहाँ बाहरके
सलून	लोग आकर ठहरते हों।

संवाददाताको अपनी जेबमें हमेशा एक नोटबुक और पेन्सिल रखनी चाहिये। जहाँ कोई समाचार मिला, उसकी आवश्यक बातें लिख लेनी चाहियें। नाम, आँकड़े आदि पूरे-पूरे और साफ-साफ लिख लेने चाहियें। इनको स्मरणशक्तिपर कभी नहीं छोड़ना चाहिये। यदि कहीं कोई अफवाह आपने सुनी तो उसके मूलतक जाना चाहिये और विश्वसनीय सूत्र तक पहुँचनेपर ही उसे समाचार मानना चाहिये। जहाँतक हो सके अपनी नोटबुकमें लिखी आवश्यक बातोंके आधारपर समाचार बनाकर जल्दी लिख लेना चाहिये ताकि स्मृतिसे महत्वकी बातें चली जानेके पहले ही समाचार लिख जाय।

डायरी हमेशा रखनी चाहिये और उसमें भावी कार्यक्रम रोज-रोज लिखने चाहियें और रोज-रोज उसे पढ़ना चाहिये। इससे कोई महत्वका समाचार छूट जानेकी गुंजाइश नहीं रहती।

टेलिफोन समाचार-संग्रहका सर्वोत्तम साधन है। जिन स्थानोंपर टेलिफोन है और संवाददाताको उपलब्ध है वहाँ टेलिफोनसे समाचार प्राप्त करने चाहियें। जिस संवाददाताके ,जितने अधिक मित्र होंगे उसे उतने ही अधिक समाचार मिलेंगे। इसलिए संवाददाताको हमेशा अपने मित्रोंकी संख्या बढ़ानी चाहिये और शत्रु एक भी नहीं रखना चाहिये। टेलिफोनका उपयोग बहुत अधिक होनेपर भी स्वयं घटनास्थलपर जाना या प्रत्यक्ष व्यक्तियोंसे बातचीत करना अत्यावश्यक है। प्रत्यक्ष दर्शनसे बहुतसी नयी-नयी बातें मालूम होती हैं, असत्य बातोंकी जाँच तुरत हो जाती है और नये समाचारोंके सूत्र भी मालूम होते हैं। स्वार्थी लोग टेलिफोनपर अपना स्वार्थ साध सकते हैं, पर प्रत्यक्ष सामने आनेपर सत्य बात उन्हींके चेहरेके भावोंसे प्रकट हो जाती है। बहुतसे अधिकारी

महत्त्वके समाचार टेलिफोनपर देनेसे इनकार करते हैं, परन्तु स्वयं सामने जानेसे उनके इनकार करनेकी सम्भावना बहुत घट जाती है।

बात-बातमें साधारण आदमियोंसे भी बड़े समाचार मिल जा सकते हैं। इसलिए संवाददाताको हमेशा बातचीतमें भी सतर्क रहना चाहिये और जो जानपहचानका मिले उससे कुछ न कुछ बात अवश्य करनी चाहिये। अनजान नये लोगोंसे भी बातचीत कर समाचार प्राप्त करनेका प्रयत्न करना चाहिये।

अपनी नोटबुकका हमेशा प्रदर्शन नहीं करना चाहिये। बहुतसे लोग संवाददाताओंसे व्यर्थ ही चिढ़ते हैं। नोटबुक देखनेपर वे आपसे बातें भी नहीं करेंगे। इसलिए नोटबुक तभी बाहर निकालनी चाहिये जब अति आवश्यक हो जाय। जो लोग संवाददाताओंसे चिढ़ते या घृणा करते हैं उनसे भी ऐसी प्रेमपूर्वक बातचीत करनी चाहिये कि उन्हें भी समाचारपत्रका और उसमें समाचार छपनेका महत्व अच्छी तरह मालूम हो जाय। समाचार केवल अपने लिए ही नहीं होते, दूर-दूर रहनेवाले रिश्तेदारों और मित्रोंके लिए भी समाचार उपयोगी रहते हैं। यह बात समझानेपर शायद चिढ़नेवाले लोगोंकी चिढ़ कुछ कम हो जाय।

जो लोग आपको समाचार देते हों उनका हमेशा धन्यवादभाजन होना चाहिये। कभी वह यदि ऐसा समाचार दें जो आपको पहलेसे मालूम हो तब भी उसका तिरस्कार नहीं करना चाहिये। यदि समाचार देनेवाला यह समझता रहे कि मेरे ही कारण संवाददाताको उक्त समाचार मिला तो उसमें हर्ज कुछ नहीं है। सम्भव है कि उससे आपको कुछ और बातें मालूम हों जो पहले न मालूम हुई हों।

संवाददाता

हरएक समाचारपत्रमें अन्तर्राष्ट्रीय, राष्ट्रीय, प्रान्तीय, प्रादेशिक और स्थानीय समाचार रहते हैं, पर पत्रके पाठकोंके अनुसार इन समाचारोंका महत्त्व और परिमाण निश्चित किया जाता है। देशकी राजधानीसे निकलनेवाले समाचारपत्र अन्तर्राष्ट्रीय और राष्ट्रीय समाचारोंको अधिक महत्त्व देंगे। प्रान्तकी राजधानीके पत्र प्रान्तके समाचारोंको प्रमुखता देंगे। जिलेके शहरसे निकलनेवाले पत्र अपने आसपासके जिलों और अपने शहरके समाचारोंपर विशेष जोर देंगे। 'न्यूयार्क टाइम्स', 'लन्दन टाइम्स' आदि पत्र अन्तर्राष्ट्रीय माने जाते हैं इसलिए ये पत्र दुनियाके अन्य देशोंकी राजधानियोंमें अपने विशेष संवाददाता भेजते हैं और वार्तावहनके आधुनिकतम साधनोंका उपयोग कर समाचार मँगवाते तथा मुद्रणके आधुनिकतम साधनोंका उपयोग कर उन्हें छापते और वैसे ही नये-नये यातायातके साधनोंका उपयोग कर अपने पत्रको पाठकों तक पहुँचानेका प्रयत्न करते हैं। राजधानीमें रहनेवाला विदेशी संवाददाता देशके प्रान्तीय और राष्ट्रीय पत्रोंकी सहायतासे उस देशकी स्थितिका आकलन करता है। प्रान्तीय पत्रोंको जिलेके पत्रोंसे स्थानीय स्थितिका पता लगता रहता है। इसलिए हम सब समाचारोंका मूल स्रोत जिलेके संवाददाताको मान सकते हैं। जिलेके संवाददाताको अपना यह अन्तर्राष्ट्रीय महत्त्व अच्छी तरह समझना चाहिये। यह महत्त्व जब वह ठीक-ठीक समझेगा तभी वह अपना कार्य ठीक-ठीक कर सकेगा।

गाँवों, कसबों, छोटे-छोटे शहरों और जिलोंके शहरोंके संवाददाताओंको भारतमें जिला-संवाददाता और उनके समाचारोंको जिलेके समा-

चार कहनेकी प्रथा चल गयी है। जिलेके शहरोंके संवाददाताओंको छोड़कर और संवाददाताओंको प्रायः पुरस्कार नहीं मिलता। उन्हें समाचारपत्रकी एक प्रति और बहुत हुआ तो डाकखर्चपर सन्तोष कर लेना पड़ता है। पर संवाददाताका काम करनेसे उन्हें अपने यहाँ जो एक प्रतिष्ठा प्राप्त होती है और भाषा शुद्ध लिखने तथा अपने आँख-कान खोलकर दुनियामें चलनेकी जो शिक्षा प्राप्त होती है उसका मूल्य रुपयोंमें नहीं आँका जा सकता। आजकी दुनियामें समाचारपत्रोंको सरकारके समकक्ष महत्त्वका माना जाता है और किसी अच्छे समाचार-पत्रके सम्पादकका पद और उत्तरदायित्व उक्त प्रान्तके प्रधानमन्त्रीके पद और उत्तरदायित्वसे किसी प्रकार कम नहीं होता। जिलेका संवाद-दाता अपने पत्रका उस स्थानका प्रतिनिधि होता है। वस्तुतः वह अपने प्रदेशमें अपने पत्रका समाचार-सम्पादक-सा रहता है इसलिए उसका महत्त्व भी सम्पादकसे किसी प्रकार कम नहीं। भारतमें अभी अपने संवाददाताओंके नाम समाचारोंके ऊपर छापनेकी प्रथा नहीं है, पर अपने-अपने स्थानमें लोग संवाददाताका नाम जानते ही हैं।

सरकार और प्रधान मन्त्रीके अधिकारमें पुलिस, फौज और जिला-मजिस्ट्रेट रहते हैं, पर किसी समाचारपत्रके सम्पादकके पास ये सब भौतिक शक्तिके अधिकार नहीं रहते। उसका अधिकार नैतिक रहता है। इसलिए उसके प्रतिनिधि जिलेके संवाददाताका अधिकार भी नैतिक रहता है। एक ओर सरकार और दूसरी ओर पत्रकार ये दोनों यदि अपने-अपने कर्तव्य और अपना-अपना उत्तरदायित्व अच्छी तरह समझें तो दोनोंमें कभी संघर्ष होनेकी नौबत ही न आवे। दोनों मिलकर समाजको प्रगतिकी ओर ले जायँगे।

संवाददाताका यही महान उत्तरदायित्व है। अपनी यह महान् जिम्मेदारी वह अच्छी तरह कैसे निभा सकता है, अब हम इसे देखें।

हम यहाँ यह मानकर चलते हैं कि दुनियाके इतिहास और भूगोल-का साधारण ज्ञान हरएक पत्रकारको रहता है। यदि किसी संवाददाताको

यह ज्ञान न हो तो वह पत्रकारका काम कभी भी अच्छी तरह नहीं कर सकता।

संवाददाताका कर्तव्य

हरएक संवाददाताको पहले यह निश्चित रूपसे जान लेना चाहिये कि उसे किस प्रदेशका समाचार अपने पत्रके पास भेजना है। अपने प्रदेशकी भौगोलिक सीमाएँ उसे जानना आवश्यक है। अपने प्रदेशका महत्त्व जिस बातके लिए हो उसे भी समझना उसके लिए आवश्यक है। अपने यहाँके समाचार वह किस प्रकार जल्दीसे जल्दी भेज सकता है इसका उसे पता लगाना चाहिये। यह स्मरण रखनेकी बात है कि हर चौबीस घण्टेपर नया अखबार निकलता है और उसके प्रकाशित होते ही एक दिन पहलेका समाचारपत्र पुराना हो जाता है। इसलिए हरएक घटनाका वर्णन समाचारपत्रकी दृष्टिसे २४ घण्टेके बाद पुराना हो जाता है।

मान लीजिये कि आपके ग्रामके मुखियाको पुत्र-रत्नकी प्राप्ति हुई। आपने उसका समाचार देरसे भेजा और वह और देरसे अखबारमें छपा। इस बीच समझिये कि नवजात पुत्रकी मृत्यु हो गयी। अब आप ही सोचिये कि क्या उस पिता और शोकग्रस्त मुखियाको पुत्ररत्न प्राप्त होनेका समाचार पढ़नेमें जहर-सा न लगेगा? इसलिए समाचार तुरन्त भेजा जाना चाहिये, तुरन्त पहुँचना चाहिये और पहुँचनेपर तुरन्त छपना भी चाहिये। हर संवाददाताको इसीलिए हमेशा बहुत सतर्क रहनेकी आवश्यकता है। उसे अपने यहाँ उपलब्ध वार्तालापके और डाकके यातायातके साधनोंके उपयोगका परिचय रहना आवश्यक है। अपने पत्रके कार्यालयमें बीच-बीचमें जाकर सम्पादक तथा समाचार-सम्पादकसे बातचीत करनेसे भी बहुत लाभ होता है।

नये संवाददाताओंको पहले-पहले समाचार प्राप्त करने, उसे लिखने और भेजनेमें कठिनाई हो सकती है, पर इससे उसे निराश नहीं होना चाहिये। बराबर प्रयत्न करनेसे कठिन काम भी साध्य हो जाता है।

संवाददाताको अपना अखबार सावधानीसे पढ़ना चाहिये। अखबार पढ़नेसे यह बात अच्छी तरह मालूम हो जाती है कि हमारे अखबारकी सम्पादकीय नीति क्या है, दूसरे अच्छे और प्रसिद्ध संवाददाता अपने समाचार किस प्रकार भेजते हैं तथा हमारे भेजे समाचारोंमें सम्पादकने कौन-कौनसे परिवर्तन किये हैं। अकसर यह देखा जाता है कि संवाददाता अपने छपे समाचार भी ध्यानसे नहीं देखते और भाषा तथा नीति-सम्बन्धी वे ही गलतियाँ बराबर दोहराते हैं जिन्हें सम्पादक हर बार शुद्ध और ठीक करता रहता है। गलतियाँ करना उतना बड़ा अपराध नहीं है जितना बड़ा कि उन गलतियोंको न सुधारना और बारबार उनकी पुनरावृत्ति करना है।

अपने आसपासके लोगोंसे मित्रता रखनेका गुण पत्रकार और संवाददाताके लिए जितना आवश्यक है उतना और किसीके लिए नहीं। संवाददाताको अपने स्थानके अन्य संवाददाताओंसे विशेष रूपसे मित्रता रखनी चाहिये।

परिवर्तित युग

स्वराज्य मिलनेके बादसे अखबारों और पत्रकारोंके कर्तव्योंमें अचानक परिवर्तन हो गया। पर इस परिवर्तनको अभी तक कोई भी ठीक तरहसे समझ नहीं पाया है। परतन्त्रताके दिनोंमें देशभक्ति और देश-कर्तव्यके खयालसे अखबार निकाले जाते रहे और चलाये जाते रहे। पर अब वह स्थिति नहीं रही। जहाँतक व्यवसायका प्रश्न है, अन्य व्यवसायों और पत्रकारीमें कोई अन्तर नहीं रहा। अन्य व्यवसायी जिस प्रकार अपने व्यवसायमें पूँजी लगाते हैं और उसे इस प्रकार चलाते हैं कि पूँजीपर मुनाफा मिलता चले और व्यवसाय बढ़ानेको तथा उसमें काम करनेवाले लोगोंको सपरिवार सुखपूर्वक जीवन व्यतीत करनेको धन और अतिरिक्त पूँजी मिलती चले, वही बात अब समाचारपत्रोंकी हो गयी है। प्रत्येक समाचारपत्र अब इस प्रकार चलाया जाना चाहिये

कि उससे पर्याप्त मुनाफा मिल सके और उसमें काम करनेवालोंको सुख-शान्तिपूर्वक जीवन-यापन करने लायक वेतन मिले तथा नयी-नयी पूँजी लगाकर नवीनतम मशीनें मँगायी जा सकें। इसके लिए यह आवश्यक हो जाता है कि हम सबसे मैत्रीपूर्ण व्यवहार करें। पहले समाचारपत्र सरकारको अपना दुश्मन समझकर उसपर टूट पड़ते थे। अब सरकार भी अपनी है, उसे अपना मित्र समझकर, उसकी गलतियोंको सहानुभूतिसे उसके ध्यानमें ले आना पत्रोंका कर्तव्य हो गया है।

बदले हुए इस जमानेकी गति पत्रकारोंको भी समझनी चाहिये। हमारी सरकार यदि रूसकी सरकारकी तरह सम्पूर्ण आर्थिक नियोजन-वाली सरकार बन जाय तब तो पत्र-व्यवसायका भी राष्ट्रीयकरण हो जायगा, पर यदि यह नहीं होता तो पत्र-व्यवसायकी वास्तविक स्थिति हमें समझ लेनी चाहिये। पत्रको अधिकसे अधिक विज्ञापनदाता, पाठक और मित्र मिल सकें इसपर पत्रसे सम्बन्धित हरएक व्यक्तिका ध्यान हमेशा रहना आवश्यक है। हरएक व्यक्तिमें, संवाददाताका स्थान भी कम महत्त्वका नहीं। वह तो अपने स्थानमें पत्रका एकमात्र प्रतिनिधि रहता है। इसलिए उसे यह बात जाननेका हमेशा प्रयत्न करते रहना चाहिये कि पाठक, अधिकतर पाठक क्या चाहते हैं। पाठकोंको जिन समाचारोंमें कोई रस न मिले उन्हें छापना धन और शक्ति व्यर्थ खर्च करना है। समाचारोंमें रोचकताके साथ-साथ विविधता होनी चाहिये।

साधारणतः जिस स्थानके समाचार छपते हैं उस स्थानके लोग ही उसे सबसे अधिक दिलचस्पीके साथ पढ़ते है। पर इसका मतलब यह नहीं कि और स्थानके लोग उसे बिलकुल ही नहीं पढ़ते। उस स्थानमें पहले रहनेवाले, पर अब कहीं दूर बाहर जाकर रहनेवाले लोग भी उस स्थानके समाचार चावसे पढ़ते हैं। इसलिए संवाददाताको अपने स्थानके समाचार भेजते समय इन लोगोंका भी ध्यान रखना चाहिये।

यदि किसी समाचारसे किसी आदमीकी बदनामी या मानहानि होती हो तो उस समाचारकी सत्यताके बारेमें विशेष रूपसे जाँच करनी

चाहिये। मानहानिका दावा संवाददातापर भी चल सकता है। इसलिए संवाददाताको अपने पास यथेष्ट सबूत रखकर या अधिकारियोंके रजिस्टरों में स्वयं देखकर तब ऐसे समाचार भेजने चाहिये। खबरोंके साथ 'कहा जाता है', 'मालूम हुआ है', 'कथित' आदि लिखनेसे कानूनका बचाव नहीं होता।

यदि किसीने कोई बुरा काम या समाजविरोधी काम किया तो उसका समाचार मानहानिके दावेके भयसे छिपा नहीं रखना चाहिये। उसे अवश्य भेजना चाहिये, पर समाचार भेजनेके पहले उसका पूरा-पूरा सबूत अपने पास होना आवश्यक है। अदालत केवल सत्यको नहीं जानती, वह सबूतको जानती है। सबूतके बिना सत्य भी व्यर्थ ही रहता है। समाचारपत्र सत्य-समाचार देना चाहते हैं और समाजविरोधी कार्य दबाना चाहते हैं। इसलिए वे हमेशा ऐसे समाचार छापकर खतरा मोल लेनेको तैयार रहते हैं। पर यह तभी रहता है जब सम्पादकको यह विश्वास हो जाय कि फलाँ जगहका संवाददाता बिना सबूत एकत्र किये कोई मानहानिकर समाचार नहीं भेजता। ऐसे समाचार भेजते समय संवाददाताको एक भी शब्द बाहरका नहीं भेजना चाहिये, भ्रम या भूलकी कहीं भी गुंजाइश नहीं रखनी चाहिये। सारी बातें साफ-साफ लिखनी चाहिये। किसी संवाददाताके उत्तरदायित्वपूर्ण व्यवहारका जब सम्पादकको विश्वास हो जाता है तब सम्पादक हमेशा उस संवाददाताका ही पक्ष लेता है और संकट आनेपर सबसे पहले उसे बचाता है।

बलात्कार, व्यभिचार, अप्राकृतिक-संभोग आदि यौनविषयोंके समाचार बहुत संयत भाषामें लिखने चाहिये और केवल वे ही समाचार भेजने चाहिये जिनका समाजोन्नतिकी दृष्टिसे समाचारिक महत्त्व हो। नाम भी केवल वही उल्लिखित होने चाहिये जिनके उल्लेखके बिना समाचार अधूरा रह जाय। हर बार यह ध्यानमें रखना चाहिये कि हमारा समा-

चार छोटे बच्चे भी पढ़ेंगे और उनपर हमारे समाचारसे कोई बुरा प्रभाव नहीं पड़ना चाहिये।

अन्य आवश्यक बातें

संवाददाताको लोगोंसे मैत्रीपूर्ण सम्बन्ध रखनेके साथ-साथ निर्भीक भी रहना चाहिये। बहुतसे लोग मुलाहिजासे कोई समाचार भेजते हैं या धमकीके डरसे कोई समाचार नहीं भेजते। संवाददाताको न मुलाहिजा करना चाहिये और न किसीकी धमकीके डरसे ही घबराना चाहिये। हाँ, यदि कोई बात सचमुच ही छपने लायक न हो तो सम्पादकको लिख देना चाहिये कि फलाना समाचार भेज रहे हैं, पर इसको न छापना ही अच्छा होगा।

समाचार हमेशा स्याहीसे साफ-साफ और दूर-दूर लिखने चाहिये। शीर्षकोंके लिए और भाषा-शुद्ध करनेके लिए जगह छोड़नी चाहिये। कागजका आकार छोटा होना चाहिये और एक ही ओर समाचार लिखना चाहिये। जितने कागज हों उनपर नम्बर-संख्या अवश्य लिखनी चाहिये और उनका क्रम दो बार मिला लेना चाहिये। कम्पोजीटरोंके हाथसे कागज काला हो जाता है इसलिए कागजकी दोनों ओर थोड़ी-थोड़ी जगह छूटी रहे तो अच्छा होता है। शीर्षक लगा रहे तो सम्पादकको समाचारका महत्त्व समझनेमें और आसानी हो जाती है। कई समाचार एक साथ भेजने हों तो सबसे महत्त्वका समाचार सबसे पहले होना चाहिये और महत्त्वके क्रमसे अन्य समाचार लिखने चाहिये। समाचारके ऊपर 'हमारे संवाददातासे', 'निज संवाददाता द्वारा', स्थान, तारीख आदि पत्रोंमें जैसे दिया जाता हो, संवाददाताको खुद ही लिखकर भेजना चाहिये। हाथसे कम्पोज करनेवाले कम्पोजीटरोंके लिए छोटी-छोटी पंक्तियाँ और मशीनसे कम्पोजके लिए बड़ी-बड़ी पंक्तियाँ सुविधाजनक होती हैं। समाचारके नीचे अपना हस्ताक्षर अवश्य करना चाहिये।

ब्योरेकी आवश्यक बातें

संवाददाताको चाहिये कि वह अपने समाचारको यथासम्भव पूर्ण बनाकर ही पत्रमें छापनेके लिए भेजे। किस तरहके समाचारमें कौन-सी बातें आवश्यक हैं, इसका कुछ वर्णन नीचे दिया जा रहा है। इसके अतिरिक्त भी यदि कोई असाधारण बात हो तो उसको अन्य बातोंसे अधिक महत्त्व देना चाहिये। समाचारके महत्त्वके अनुसार उसकी लम्बाई होनी चाहिये।

दुर्घटनाएँ—दुर्घटनाओंके समाचारोंमें दुर्घटना किस प्रकारकी है, समय, स्थान, हताहतोंके नाम-संख्या, सम्पत्तिहानि, दुर्घटनाका सम्भावित कारण, घायलोंकी हालत, किन डाक्टरोंने मलहमपट्टी की आदि बातें आवश्यक होती हैं। यदि दुर्घटनामें कोई मरा है तो दुर्घटनाके कारणोंके साथ किसी व्यक्तिके नामका तबतक उल्लेख नहीं करना चाहिये जबतक कि वह गिरफ्तार न हुआ हो। जो मरे हों वे यदि महत्त्वके व्यक्ति हों तो उनका कुछ विवरण भी समाचारके साथ देना चाहिये।

वार्षिकोत्सव—किस वर्षका उत्सव, जुबली तो नहीं, स्थापनाका कुछ इतिहास। यदि व्यक्तिकी वर्षगाँठ या जुबली हो तो उसकी पत्नी, पुत्र-पुत्रियोंके नाम-संख्या, उम्र, पेशा आदि। वृद्ध सज्जनोंके स्वास्थ्यका हाल। वैवाहिक जीवनके ५० साल खतम होनेपर जो उत्सव हो उसको विशेष महत्त्व दिया जाय क्योंकि ऐसे अवसर अपेक्षाकृत कम आते हैं।

यात्राएँ—कब गये, कब आये, कौन कौन गये, महत्त्वके स्थानोंका वर्णन।

खेलकूद—टीमों और खेलनेवालोंके नाम—अच्छे खिलाड़ियोंके खेलका वर्णन।

जनन—कहाँ, माता-पिताका नाम, लड़का या लड़की, जच्चा-बच्चाकी हालत, यदि बच्चा या माँ मर जाय या माता सख्त बीमार हो तो जन्मका समाचार नहीं देना चाहिये, उसे बीमारी या मृत्यु-समाचार बनाना चाहिये।

नयी इमारतें-पुल—किसने बनवाया, क्यों, कहाँ, कितने दिनमें बना, ठेकेदार, खर्च।

मृत्यु—भाषा सहानुभूतिपूर्ण, पूरा नाम, समय, दिन, मृत्युका कारण, बीमारी कितने दिन चली, बच्चा हो तो उसके माता-पिताका नाम, महत्त्वका व्यक्ति हो तो कहाँ पैदा हुआ था, कब आया। उसका महत्त्व क्यों, किन संस्थाओंसे सम्बन्ध। परिवारके कौन लोग जीवित हैं। अन्त्येष्टिका वर्णन।

मृत्युके समाचारमें मृत व्यक्तियोंके दुर्गुणोंका उल्लेख नहीं करना चाहिये। सद्‌गुणोंका वर्णन भी अतिरंजित नहीं होना चाहिये।

चुनाव—निर्वाचितों या पुनर्निर्वाचितोंके नाम, वोटोंकी संख्या, उपद्रव हुआ हो तो, शान्तिपूर्ण या उपद्रवग्रस्त, फल कब।

अदालती मामले—कभी केवल एक पक्षकी बात सुनकर समाचार नहीं बनाना चाहिये।

मौसम—मौसम असाधारण हो तो तुरत समाचार देना चाहिये। आँधी, ओले, खेतीको नुकसान आदिका वर्णन अवश्य हो।

विवाह—वर-वधू दोनोंके पूरे नाम, उनके माता-पिताके नाम, स्थान-समय। विवाह समारोहोंका वर्णन विशेषतः महिलाओंसे लिखाना चाहिये क्योंकि वधूको और महिलाओंको विवाह-समारोहोंमें जितना उत्साह रहता है उतना पुरुषोंको नहीं।

इसके अतिरिक्त हरएक समाचार तभी सम्पूर्ण कहा जायगा जब उसके सम्बन्धकी सारी आवश्यक बातें समाचारमें आ गयी हों। यदि किसी व्यक्ति या वस्तुके बारेमें समाचार हो तो उस व्यक्ति या वस्तुका नाम हम शुद्ध लिख रहे हैं या नहीं इस ओर विशेष ध्यान देना चाहिये। अपना नाम अशुद्ध छपा देखकर किसीको भी क्रोध आ सकता है। यदि स्वयं संवाददाताका नाम अशुद्ध छापा जाय तो उसे कैसा लगेगा? इसलिए नाम लिखते समय संवाददाताको उसके शुद्ध उच्चारणपर विशेष ध्यान देना चाहिये। यदि हिन्दीमें लिखे गये विदेशी नामोंके साथ

कोष्ठमें रोमन स्पेलिंग भी दी जाय तो सम्पादकको आसानी हो जाती है। यदि किसीको उस हिन्दी समाचारसे विदेशोंके लिए अंग्रेजी समाचार बनाना हो तो उसमें हिज्जेकी गलती नहीं रहेगी।

किसी उत्सवमें उपस्थित सज्जनोंकी सूची देनी हो तो अंग्रेजी कायदा यह है कि पहले सपत्नीक दम्पत्तियोंके नाम, विवाहित स्त्रियोंके नाम, अविवाहित स्त्रियोंके नाम, विवाहित पुरुषोंके नाम और अन्तमें अविवाहित पुरुषोंके नाम देते हैं।

हरएक समाचार लिखते समय ये प्रश्न पूछने चाहिये—कौन, क्या, कब, कहाँ, क्यों और कैसे? इन सबके उत्तर समाचारमें आ जायँ तो समझ लेना चाहिये कि समाचार पूरा हो गया।

अंग्रेजी तारीख रात १२ बजेसे शुरू होती है। इसलिए किसी रातका वर्णन दो तारीख देकर करते हैं। हिन्दीमें ऐसा करनेकी आवश्यकता नहीं। सूर्योदयके साथ ही वार शुरू हुआ समझना चाहिये। सूर्योदयके पहलेकी घटनाओंको भी आज तड़के, भोरमें आदि लिख सकते हैं।

समाचारोंकी भाषा

अच्छे अखबारके लिए उसकी भाषामें, शब्दोंमें, रचनामें और भाषा की प्रवृत्ति-प्रकृतिमें एकरूपता होना आवश्यक है। होता क्या है कि एक समाचारमें एक ही शब्द कभी-कभी कई तरहसे अलग-अलग लिखा जाता है। अच्छे अखबारमें यह कभी नहीं होना चाहिये। भाषामें एकरूपता और शुद्धता लानेके लिए कुछ नियम बना लिये जाने चाहिये और उनका कड़ाईके साथ पालन होना चाहिये। नीचे हम कुछ नियम देते हैं (आवश्यकतानुसार इनमें थोड़ा हेरफेर किया जा सकता है)—

(१) का, की, के, ने, से, में, को, पर आदि विभक्तियाँ शब्दोंसे मिलाकर लिखी जाएँ, 'पर' जब अव्यय हो तब पृथक् लिखा जाय—आपके आने पर मैं जाऊँगा।

(२) ही, भी, तक, लिए अव्यय अलग लिखे जाएँ। हालमें ही, शुरूमें ही लिखा जाय, हाल हीमें, शुरू हीसे प्रयोग भरसक बचाये जाएँ।

(३) श्री श्रीयुतका संक्षिप्त रूप है। यह अलग लिखा जाय, नामसे मिलाकर नहीं। विदेशोंमें श्री की जगह ऊ, मोशिए, हर आदि शब्द आते हैं। श्री ऊ सा लिखना ठीक नहीं, श्री सा या ऊ सा ठीक है।

(४) लिए जब वास्तेके अर्थमें हो तो स्वरसे 'लिए' लिखा जाय और जब क्रिया, लेनेके अर्थमें हो तो व्यंजनसे 'लिया, लिये' लिखा जाय। नया का नयी, नये; गयाका गयी, गये; हुआका हुई, हुए आदि रूप लिखे जाएँ। नई, नए; गई, गए; हुये, हुयी लिखना ठीक नहीं।

(५) योजना, सुविधा आदि शब्दोंके बहुवचन योजनाएँ, सुविधाएँ आदि लिखे जाएँ।

(६) चाहिये, कीजिये, दीजिये, लीजिये आदि व्यंजनान्त ही लिखे जायँ।

(७) जायगा, आयगा, जायँगे, आयँगे आदि रूप ठीक हैं। बायाँसे बायीं, बायें और दायाँसे दायीं, दायें होगा।

(८) संघटन ठीक है, गठन भी ठीक है, पर संगठन ठीक नहीं।

(९) विदेशी शब्दोंके रूप अपने व्याकरणके अनुसार बदले जायँ। कागज, सवाल, फुट, खास, आम, दौरा आदिके रूप कागजात, सवालात, फीट, खसूसन, अमूमन, दौरान आदि नहीं होने चाहिये।

(१०) जायँमें य पर अनुस्वार है। चाहियेका कर्ता या कर्म बहुवचन होनेपर भी ये पर अनुस्वारकी आवश्यकता नहीं।

(११) सराहनाका सराहनीय नहीं बनाना चाहिये। संस्कृतके प्रत्यय संस्कृत तत्भव शब्दोंमें लगाये जायँ। हिन्दी शब्दोंके साथ संस्कृत प्रत्यय नहीं लगाने चाहिये।

(१२) भाषण 'किया' जाता है, व्याख्यान 'दिया' जाता है।

(१३) राजनीतिक, मुखर्जी, फीरोज, मोमीन, शीया, डब्बा, सिर, इंजन, बहन, पहला, वाइस चांसलर, रांची, रीवा, मास, मुहम्मद, पार्लमेण्ट या पार्लिमेण्ट, राशन, रेडार, दरोगा, चलान, बरात आदि ठीक रूप हैं।

(१४) संग्रहके अर्थमें कोश तालव्यसे लिखा जाय। फूलोंमें कोष होता है।

(१५) आदमियोंको गिरफ्तार किया गया, उनको पकड़ा गया, ये विदेशी रूप हैं। आदमी गिरफ्तार किये गये, वे पकड़े गये आदि हिन्दी रूप हैं।

(१६) निर्जीववाचक संज्ञाके कर्मकारकमें 'को' प्रायः नहीं आता—मैंने रोटीको खाया, कहना ठीक नहीं।

(१७) हिन्दीमें कोलन नहीं होता, विसर्गका चिह्न होता है। इसलिए कोलन न लिखा जाय।

(१८) अभियोग साबित होनेपर 'अपराध' होता है। इसलिए अपराधमें गिरफ्तारी ठीक नहीं।

(१९) साल भरके किसी सभाके प्रधानको अध्यक्ष, अध्यक्षा कहा जाय, एक सभाके प्रधानको सभापति, सभानेत्री आदि कहा जाय।

(२०) रखा, सिख, सत्य ठीक है, रक्खा, सिक्ख, सत्यकी आवश्यकता नहीं।

(२१) संवाद, संवत् ठीक है, सम्वाद, सम्वत् नहीं। जबरदस्त, काररवाई ठीक है, जबर्दस्त, कार्रवाई नहीं। उरदूमें रेफ नहीं होता। कार्यवाहीका अर्थ काम ढोनेवाला होता है।

(२२) अकारान्त विशेषणोंके स्त्रीलिंग रूपोंमें परिवर्तन अनावश्यक है—सुन्दरी, सुशीला, व्यवस्थापिका आदिकी आवश्यकता नहीं, सुन्दर स्त्री, सुशील कन्या, व्यवस्थापक सभा आदिसे काम चल जायगा।

(२३) दो भिन्न देशीय शब्दोंको मिलाना हास्यास्पद है। जिलाधीश, उपचुनाव, बरसगांठोत्सव, झण्डोत्तोलन आदि नहीं लिखना चाहिये।

(२४) उपर्युक्त, षष्ठ, छठा ठीक है, उपरोक्त, षष्ठम, छटवां ठीक नहीं।

(२५) परमिशनके लिए अनुमति, अनुज्ञा, इजाजत लिखना चाहिये, आज्ञा नहीं।

(२६) वोट, कारतूस पुंल्लिग है इसलिए वोटें, कारतूसें गलत है। पिस्तौल स्त्रीलिंग है।

(२६) आफिशलका अर्थ अधिकृत नहीं, साधिकार, आधिकारिक, या सरकारी है। अधिकृतका मतलब अधिकार किया हुआ होता है।

(२७) रक्षा, सहायता स्त्रीलिंग है, पर रक्षार्थ, सहायतार्थका प्रयोग क्रियाविशेषणके सदृश होता है, इसलिए 'उसके रक्षार्थ' ठीक है। इसी तरह उसके आज्ञानुसार ठीक है, उसकी आज्ञानुसार नहीं।

(२८) पद पहले और नाम बाद में लिखा जाय। श्री·········

अध्यक्ष, जिला कांग्रेस ठीक नहीं—जिला कांग्रेसके अध्यक्ष श्री...यह ठीक है।

(२९) गुप्त, मिश्र, सिंह ठीक है, गुप्ता, मिश्रा, सिनहा ठीक नहीं।

(३०) आयुका अर्थ पूरे जीवनकी अवधि होता है। एजके अर्थमें उम्र, अवस्था लिखना चाहिये, आयु नहीं।

(३२) दिल्ली-स्थित, कबीलेवाले, मुहम्मद, मुहर्रम, उम्मेद, गिरजा, गिरजाघर उपलक्ष्य (लक्ष नहीं), गोरखा, आदि ठीक रूप हैं।

(३३) हिन्दीमें अंगरेजी जैसा इनडाइरेक्ट टेन्स नहीं होता। उसने कहा कि वह गया ठीक नहीं, उसने कहा कि मैं गया, ठीक है।

(३४) मरनेपर दुख या शोक होता है, खेद नहीं।

(३५) हर, हरएक, प्रत्येकके बाद एकवचन होना चाहिये।

कुछ प्रचलित उर्दू शब्दोंके ये रूप स्थिर रखे जायँ—

अन्दाज, अन्दाजा दोनों
अन्देशा
अक्सर
अक्ल
अफसर
अर्ज
अर्स
अव्वल (औवल भी)
आखीर
आखिर
आजिज
आतशबाजी
आयद (देर आयद)
आवारा
इंकिलाब
इत्तला
इम्तिहान
इस्तगासा
इस्तीफा
ईजाद
ईसाई
उम्मेदवार
उम्मेद-उम्मीद (दोनों)
उसूल
एकबाल
एलान
कत्ल
कदर
कब्जा
कब्ज

कमबख्त	तय (तै भी)
कश-मकश	पसोपेश
कसबा	मय
काफिला	मीयाद
कारवाई	मोरचा
किराया-किरायेदार	मदहोश
कारखाना-कारखानेदार	मौसिम
किला—किलाबंदी	मुहल्ला
किश्त (शहके अर्थमें)	मुहम्मद
किश्ती (नाव)	मुवक्किल
किस्त (कर्ज आदिका अंश)	मूसीकी
कुरबानी	रेजगारी
कुरसी	हौवा
कोहनूर	हुरूफ
कौवाल	हलवाई
कै	हफ्ता
चुरूट	

समाचार भेजनेके आधुनिक साधन

पत्रकारीके अन्य विभागोंके साधनोंकी तरह समाचार और चित्र भेजनेके साधनोंका यंत्रीकरण भी तेजीसे हुआ है। हरएक अखबार यह चाहता है कि ताजासे ताजा समाचार सबसे पहले हमको मिले। इसीसे समाचार और चित्र तेजीसे और अधिकसे अधिक शुद्ध रूपमें पहुँचानेके साधनोंके विकासका प्रयत्न बराबर होता रहा। इसका इतिहास बड़ा मनोरंजक है। १०० साल पहले हरकारोंसे और बहुत दूर हुआ तो कबूतरोंसे समाचार भेजे जाते थे। आजकल तारसे और बेतारसे समाचार आते हैं।

सन् १८५१ में लन्दन और चैनल पार फ्रांसमें डोवरके बीच पहला समुद्री तार बिछाया गया। उस समय भी फ्रांस और जर्मनीके सीमावर्ती तारघरोंमें ३० मीलका अन्तर था। जूलियस रायटरने जर्मनीसे ब्रिटेन जाकर रायटर समाचार एजेन्सीकी स्थापना की। इस एजेंसीको भी फ्रांस और जर्मनीके तारघरोंके बीचके ३० मीलके अन्तरमें कबूतरोंसे समाचार भेजना पड़ता था। आजसे ५० साल पहलेतक समाचार भेजनेके लिए कबूतरोंका उपयोग होता था।

अब अधिकतर समाचार तारसे ही आते हैं। टेलिप्रिण्टर लगनेके पहले टेलिफोनके समाचार छोड़कर तारके और सब समाचार संकेतसे, मोर्स कोडसे भेजे जाते थे, टेलिप्रिंटर बननेके पहले टेप मशीनें बनी थीं। इन मशीनोंपर मोर्स संकेतमें टेपपर छेद होते थे और छेदोंका क्रम देखकर टेप पढ़नेवाले समाचार भाषामें लिखते थे। मोर्स संकेतसे अधिकसे अधिक एक मिनटमें ३० शब्द भेजे जा सकते हैं और लिखे जा सकते हैं।

टेलिप्रिण्टर और टेलिटाइप-सेटर

सन् १९१२ में मेसर्स क्रीड एण्ड कम्पनी लिमिटेडने आजकलका टेलिप्रिण्टर बनाया। पहले टेलिप्रिण्टर हवाके दबावसे चलता था, बादमें बिजलीसे चलनेवाले टेलिप्रिण्टर बने। टेलिप्रिण्टरके कारण तेजीसे समाचार भेजा जाना सम्भव हो सका है। ६० से लेकर १४० शब्द प्रति मिनट तक रोमन लिपिमें इसमें छप सकते हैं। रोमन टेलिप्रिण्टर नागरी लिपि में बनानेका प्रयत्न भी हो रहा है।

टेलिप्रिण्टरोंमें भी बहुत सुधार हुआ है। पहलेके टेलिप्रिण्टरोंमें मोर्सके संकेत ही बिजलीके धक्कोंके आधारपर अक्षरोंमें परिवर्तित किये जाते रहे। सन् १९३९-४५ में ५ यूनिटोंके कोडके संकेतोंके आधारपर नयी मशीनें बनीं। इनमें ५ लीवर रहते हैं और इनके विभिन्न संकेतोंपर टेपपर छेद होते हैं। ये ही टेप जब फिर चलाये जाते हैं तो टेलिप्रिण्टर रिसीवरोंमें टाइपराइटरकी तरह समाचार छपते हैं। एक ही लाइनपर कई समाचार एक साथ भेजनेके प्रयोग भी सफल हुए हैं। ४ तारोंके टेलिफोन सर्किट-पर १८ टेलिप्रिण्टर चैनल दोनों ओर (भेजना और पाना) चलाये गये हैं और एक ही समय दो स्टेशनोंके बीच ११०० शब्द प्रति मिनटके हिसाबसे समाचार आ-जा सकते हैं।

टेलिप्रिण्टरके बिना अब कोई भी अच्छा दैनिक पत्र नहीं निकल सकता। बड़े समाचारपत्रोंमें टेलिप्रिण्टरोंके लिए अलग कमरा रखना पड़ता है और कई मशीनें रखनी पड़ती हैं। समाचार समितियोंकी मशीनोंके अतिरिक्त पत्र अपनी स्वतन्त्र लाइनें लेते हैं और अपने अलग टेलिप्रिण्टर रखते हैं। भारतमें रेडियोपर सरकारका एकाधिकार है, पर विदेशोंमें समाचारपत्रोंको रेडियोसे भी समाचार लेने पड़ते हैं और अपने कार्यालयोंमें रेडियोसे समाचार प्राप्त करनेके साधन रखने पड़ते हैं। टेलिफोनोंका इस्तेमाल तो बहुत करना पड़ता है। समाचारपत्रोंके दफ्तरोंमें चौबीसों घण्टे तार, टेलिफोन और रेडियोसे (भारतमें अखबारों-

को रेडियोका उपयोग करने नहीं दिया जाता।) समाचार आते रहते हैं। तारसे और रेडियोसे चित्र भी आते रहते हैं।

कुछ अमेरिकन अखबारोंमें और ब्रिटेनमें 'स्काट्समैन' अखबारमें एक ऐसा यन्त्र बना है कि टेलिप्रिंटर और लाइनो टाइप मशीन आपसमें जोड़ दी गयी हैं और समाचार सीधे कम्पोज हो जाते हैं। इसका अधिक उपयोग नहीं होता क्योंकि समाचार-सम्पादनकी आवश्यकता इसमें भी पड़ती है। ऐसे यन्त्रको टेलि-टाइप-सेटर कहते हैं।

वाकी टाकी

समाचारपत्रके कार्यालयसे ५-१० मीलके इर्द-गिर्दके क्षेत्रमें या दुर्घटनास्थलसे वाकीटाकी मशीनपर संवाददाता सीधे कार्यालयसे बातचीत कर सकता है या कार्यालयसे सूचना प्राप्त करते रह सकता है। यह यन्त्र बैटरीसे चलता है और एक बार भरी बैटरी ४८ घण्टेतक काम देती है। 'बोलिये-सुनिये' दोनों काम देनेवाली यह मशीन केवल ८ सेर वजनकी रहती है और अपनी पीठपर आसानीसे बाँधी जा सकती है।

भारतमें समाचारपत्रोंके पास रेडियो नहीं हैं, पर विदेशोंमें संवाददातागण उठौवा शार्टवेव रेडियो-ट्रांसमिटर अपने साथ ले जाते हैं और रेडियोपर समाचार देते हैं। इन्हीं यन्त्रोंको 'वाकी टाकी' कहते हैं। इसमें तार या टेलिफोन लाइन मिलनेमें होनेवाली देरकी समस्या नहीं रहती। घटनास्थलसे सीधे अखबारके दफ्तरमें समाचार पहुँचता रहता है। मोटरोंमें रेडियो ट्रांसमीटर भी लगाये जा सकते हैं। इस प्रकार वाकी टाकी, रेडियो-मोटरकारसे वहाँसे भी समाचार आ जाता है जहाँ तार-टेलिफोनकी लाइनें नहीं रहतीं। जङ्गलों, पहाड़ों, चाहे जहाँसे, ऊँचे आकाशसे और कई मील अन्दर धरती या समुद्रसे समाचार सीधे कार्यालय भेजे जा सकते हैं।

तारपर सम्भाषण-अङ्कन (वायर रेकार्डर)

यह मशीन बिजलीसे चलती है और कोई भी शब्द तारपर रेकार्ड

कर लेती है और फिर तार उलटा घुमाकर ग्रामोफोनकी तरह रेकार्ड की हुई बातें सुनी भी जा सकती हैं। एक बारमें लगातार ६६ मिनट तक का कोई भी भाषण रेकार्ड किया जा सकता है। तारका यह रेकार्ड १ लाख बार फिर-फिर सुना जा सकता है या काम हो जानेपर तुरन्त वह तार 'विचुम्बकित' कर दूसरा रेकार्ड बनानेके काम आ सकता है। हवाकी सरदी-गरमीका इन रेकार्डोंपर कोई असर नहीं पड़ता।

समाचार-समितियाँ

दैनिक अखबारोंको राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय समाचारोंके लिए समाचार एजेन्सियोंपर निर्भर रहना पड़ता है क्योंकि बड़ेसे बड़ा अखबार भी दुनिया भरके समाचार अपने आदमियोंसे एकत्र करानेकी साधन-सम्पन्नता नहीं रखता और साधन-सम्पन्नता होनेपर भी समाचार-समितियोंके अस्तित्वके कारण उसे उनकी आवश्यकता नहीं पड़ेगी। हरएक देशमें उसकी अपनी राष्ट्रीय समाचार-समिति रहती है जो अन्तर्राष्ट्रीय समाचार-समितियोंसे सम्बन्ध रखकर दुनिया भरके समाचारोंको प्राप्त करनेकी व्यवस्था कर लेती है।

रायटर

अन्तर्राष्ट्रीय समाचार-समितियोंकी स्थापना १०० साल पहले हुई। फ्रांस-जर्मनीकी सीमापर जर्मनीका आखिरी तारघर आखेनमें और फ्रांसका वरनियर्समें था। दोनोंके बीच ३० मीलका अन्तर था। सन् १८४९ में जर्मनीके श्री जूलियस रायटरने इन दोनों स्थानोंपर अपनी समाचार-समितिके दफ्तर खोले। कबूतरोंसे बाजार-भाव इन दो स्थानोंके बीच भेजे जाने लगे और इस प्रकार पहली अन्तर्राष्ट्रीय समाचार-समिति की स्थापना हुई। (रायटर पहले पेरिसमें हावा समाचार-समितिके दफ्तरमें नौकर थे।) रायटरने सन् १८५१ में लन्दनमें अपना दफ्तर खोला। इसके बाद यातायात-वार्तालापके नये-नये साधनोंका उपयोग कर रायटर संस्था विश्वविख्यात अन्तर्राष्ट्रीय समाचार-समिति बन गयी।

सन् १९४१ से रायटरके आधे शेयर ब्रिटिश समाचार-समिति प्रेस असोसिएशनके पास और आधे ब्रिटेनके बड़े-बड़े अखबारोंके पास रहे।

रायटरने शुरूसे ही अपनी सत्यनिष्ठा और स्वतन्त्रताके कारण प्रतिष्ठा बनाये रखी। जो समितियाँ अपनी सरकारोंकी दास हो जाती हैं उनपर से लोगोंका विश्वास शीघ्र ही उठ जाता है और वे कम्पनियाँ भी बैठ जाती हैं। द्वितीय महायुद्धमें जर्मनीकी वुल्फ, फ्रांसकी हावा, इटलीकी स्टेफानी आदि समाचार-समितियाँ इसी कारण खतम हो गयीं।

रायटरमें और अमेरिकाकी तीनों बड़ी एजेन्सियोंमें दुनिया भरमें बड़ी स्पर्द्धा चलती रहती है। रायटरने बादमें ब्रिटिश राष्ट्रमण्डलके देशों की राष्ट्रीय समाचार-समितियोंसे संयुक्त स्वामित्वके आधारपर सहयोग स्थापित कर अपनेको मजबूत कर लिया है। भारतके प्रेस ट्रस्टसे भी रायटरका ऐसा ही समझौता था, पर फरवरी सन् १९५३ से वह टूट गया।

रायटर कम्पनी विदेशी समाचार बेतारके टेलिप्रिण्टरोंसे भी देती है। लन्दन आफिसमें रोज बाहरसे १० लाख शब्द आते हैं और एक लाख शब्द भारत या अफ्रीका भेजे जाते हैं।

ब्रिटिश समाचार समितियाँ

ब्रिटेनमें प्रेस असोसिएशन (सन् १८६८ में स्थापित) और एक्सचेञ्ज टेलिग्राफ कम्पनी ये दो बड़ी राष्ट्रीय समाचार-समितियाँ हैं। ब्रिटिश युनाइटेड प्रेस तथा अन्य विशेष विषयोंकी एजेन्सियाँ भी हैं। विदेशी समाचार प्रेस असोसिएशनकी मददसे रायटर एजेन्सी देती है। कोई राजनीतिक दल अपना प्रभाव न डाल सके इसलिए रायटर संस्था ट्रस्ट द्वारा चलायी जाती है। रायटरके मुकाबले असोसिएटेड प्रेस आफ अमेरिका भी विदेशी समाचार देता है। ब्रिटेनमें प्रेस असोसिएशनके १५०० संवाददाता हैं।

अमेरिकन समाचार समितियाँ

अमेरिकामें असोसिएटेड-प्रेस, युनाइटेड प्रेस और इंटरनेशनल न्यूज सर्विस ये तीन बड़ी समाचार समितियाँ हैं जो दुनियाके कोने-कोनेसे समाचार एकत्र कर अमेरिका पहुँचाती हैं। इनके अतिरिक्त बड़े दैनिकों और पत्रिकाओंके अपने विशेष दफ्तर दुनियाके बड़े-बड़े शहरोंमें और

राजधानियोंमें होते हैं। बहुतसे समाचारपत्रोंने अपने खुदके रेडियो स्टेशन चलाये हैं जो समाचार-संग्रहमें सहायक होते हैं।

अमेरिकाकी असोसिएटेड प्रेस समाचार समिति सबसे बड़ी है और सबसे पुरानी भी। २७०० पत्र और रेडियो स्टेशन मिलकर गैर-मुनाफेके ढङ्गपर इसका संचालन करते हैं। ४००० से अधिक इसके ग्राहक हैं। अमेरिकामें ३। लाख मील लम्बी तारकी लाइनें, न्यूयार्क-लन्दन केबुल लाइन और लन्दनसे यूरोपकी कई राजधानियोंतक इसने किरायेपर लाइनें ली हैं। बेतारसे यह फोटो भी भेजती है।

युनाइटेड प्रेस प्राइवेटकम्पनी है और सन् १९०७ में पत्र संचालक स्क्रिप्सने इसे चलाया। ३–३॥ हजार अखबारों, रेडियो स्टेशनोंको यह समाचार देती है। विदेशोंमें भी इसके बहुतसे ग्राहक हैं। भारतमें टाइम्स आव इण्डियाने इसकी सर्विस ली है। समाचारोंके साथ यह समाचारोंकी पृष्ठभूमि भी देती है। कनाडाका ब्रिटिश युनाइटेड प्रेस इसीकी एक शाखा है।

इण्टरनेशनल न्यूज सर्विस पत्र-संचालक हार्स्ट द्वारा चलायी गयी। इसके हजारके करीब ग्राहक हैं। सनसनीदार समाचार देना इसकी विशेषता है।

इनके अलावा अमेरिकामें करीब २०० फीचर सिण्डिकेट हैं जो अखबारोंमें छपनेवाली हर तरहकी सामग्री देशके सबसे अच्छे लेखकों और कलाकारोंसे तैयार कराकर अखबारोंको बेचती हैं। ज्यौतिष, मोटर, विमान, सौंदर्यरक्षा, पुस्तकें, ब्रिजके खेल, व्यापार, कार्टून, बच्चोंका पृष्ठ, विशिष्टस्तंभ, कॉमिक, रसोई, फैशन, अर्थ, खाद्य, बागबानी, स्वास्थ्य, घरेलू बातें, सिनेमा, पहेलियाँ, फोटो, विज्ञान, कहानियाँ, धारावाहिक उपन्यास, खेलकूद, टिकट आदि शौक जैसे विषयोंपर सिण्डिकेट सामग्री देते हैं। यही नहीं, ये सिण्डिकेट सम्पादकीय लेख भी देते हैं। ऐसा कोई विषय नहीं रहता जिसपर ये सिण्डिकेट सामग्री न देते हों।

भारतीय समाचार-समितियाँ

भारतमें सर्वप्रथम समाचार-समिति श्री के० सी० राय और सर एडवर्ड बकने मिलकर शुरू की। इसी समितिका बादमें 'असोसिएटेड प्रेस' नाम पड़ा। सन् १९२० के लगभग 'फ्री प्रेस आव इण्डिया' नामकी एक और समिति शुरू हुई। बादमें यही 'युनाइटेड प्रेस' हो गयी। सन् १९४९ में 'रायटर' को देशी समाचार देनेका काम 'प्रेस ट्रस्ट' ने ले लिया और असोसिएटेड प्रेस—प्रेस ट्रस्ट हो गया। इससे देशी-विदेशी समाचारोंमें भारतीय दृष्टिकोण आ गया।

प्रेस ट्रस्ट आफ इण्डिया

भारतवर्षके स्वतन्त्र होते ही यहाँ एक राष्ट्रीय समाचार-समिति स्थापित करना आवश्यक हो गया। इसके लिए रायटरसे वार्ता चलायी गयी और यहाँकी ५० सालसे काम करनेवाली रायटरकी शाखा असोसिएटेड प्रेस आफ इण्डियाको खरीदकर उसका नाम प्रेस ट्रस्ट आफ इण्डिया लिमिटेड रखा गया। २७ अगस्त सन् १९४७ को मद्रासमें कम्पनीकी स्थापना हुई पर २१ सितम्बर सन् १९४८ को उसे काम-काज करनेके लिए सरकारी सर्टिफिकेट मिला। बादमें दफ्तर मद्राससे हटकर बम्बई चला आया। १ फरवरी सन् १९४९ से प्रेस ट्रस्टने भारतमें असोसिएटेड प्रेस और रायटरका काम अपने हाथमें ले लिया।

साथ ही प्रेस ट्रस्ट और रायटरने जून सन् १९४८ में आपसमें एक समझौता किया जिसके अनुसार प्रेस ट्रस्टने रायटरके करीब ७॥ लाख रुपयेके शेयर खरीदे और रायटरका वह हिस्सेदार हो गया। आस्ट्रेलियाकी असोसिएटेड प्रेसके भी इतनेके ही हिस्से थे। देशके अन्दर अखबारोंके हिस्सोंसे प्रेस ट्रस्ट बिना मुनाफेकी एक सहकारी संस्था बनी।

देश भरमें प्रेस ट्रस्टके करीब ५०-५५ दफ्तर हैं। सबसे अधिक दफ्तर अहमदाबादसे लेकर त्रिवेन्द्रमतक पश्चिम किनारेके प्रदेशमें ही हैं। शिक्षाका सबसे अधिक प्रचार उधर ही होनेके कारण समाचारपत्र भी उधर ही सबसे अधिक निकलते हैं।

रायटर और प्रेस ट्रस्टका सन् १९४८ का पुराना समझौता जनवरी सन् १९५३ में खतम हो गया। १० से १४ जनवरीतक दोनोंमें बातचीत हुई और ३ सालके लिए नया समझौता हुआ। इसमें दोनोंकी हिस्सेदारी खतम हुई। प्रेस ट्रस्टने रायटरसे लन्दनमें विदेशी समाचार खरीदना स्वीकार किया। इसके लिए प्रेस ट्रस्ट प्रति वर्ष रायटरको दुनियाभरके समाचारोंके लिए ३२५०० पौंड और व्यापारिक समाचारोंके लिए ७५०० पौंड देगा। भारतीय समाचारोंके संग्रहके लिए रायटर प्रेस ट्रस्टको १० हजार पौंड प्रति वर्ष देगा।

हिस्सेदारी खतम होनेके कारण अब रायटरमें प्रेस ट्रस्टका कोई डाइरेक्टर और ट्रस्टी नहीं रहा। सन् १९४८ के समझौतेके अनुसार पहले तीन साल प्रेस ट्रस्ट रायटरको ४३००० पौंड प्रति वर्ष देता रहा। चौथे साल ५५००० पौंड देना पड़ा। रायटर प्रेस ट्रस्टको १० हजार पौंड लन्दन डेस्कके लिए, ३००० पौंड न्यूयार्कके संवाददाताके लिए और ९,००० पौंड काहिरा, तेहरान, पाकिस्तान, लंका, बर्मा, सिंगापुर, हिन्देशिया तथा अन्य स्थानोंके संवाददाताओंके खर्चके मद्दे देता रहा।

सन् १९५२-५३ के लिए श्री रामनाथ गोयनका प्रेस ट्रस्टके अध्यक्ष निर्वाचित हुए हैं। प्रेस ट्रस्टके प्रारम्भसे ही उसके अध्यक्ष श्री कस्तूरी श्रीनिवासनने इस्तीफा दिया जिसपर ५ दिसम्बर सन् १९५२ को नया चुनाव हुआ। रायटरसे पुराने समझौतेके अनुसार श्री गोयनका भी रायटरके बोर्डमें एक ऐवजी डाइरेक्टर थे।

भारतमें रायटरका पहला दफ्तर सन् १८६६ में बम्बईमें खोला गया था। उस समय यूरोपसे तारकी दर १ पौंड फी शब्द थी। पहला ग्राहक 'सीलोन आब्जर्वर' पत्र था। सन् १९१९ में रायटरने असोसिएटेड प्रेस आफ इण्डियाकी स्थापना की। पहला दफ्तर मद्रासमें के० सी० रायकी व्यवस्थामें खोला गया।

अन्य समितियाँ

टाइम्स आफ इण्डिया न्यूज सर्विस—१६ जनवरी सन् १९५३से

बम्बईके 'टाइम्स आफ इण्डिया'ने अपने सब देशी-विदेशी संवाददाताओं-को 'टाइम्स आफ इण्डिया न्यूज सर्विस'के साथ कर एक नयी समाचार समिति स्थापित की। 'न्यूयार्क टाइम्स' और 'मैञ्चेस्टर गार्जियन सर्विस' के समाचार भी इस पत्रने लिये। १ मार्चसे उसने अमेरिकाकी युनाइटेड प्रेस आव अमेरिका समाचार समितिसे समझौता किया जिसके अनुसार युनाइटेड प्रेसने भारतका अपना सब कारबार बन्द कर दिया और अपनी समाचार सर्विस अकेले टाइम्स आव इण्डियाको देना शुरू किया। बदलेमें टाइम्स समाचार समिति अपने समाचार युनाइटेड प्रेसको देने लगी। यू. पी. ए. के दुनिया भरमें ३५०० ग्राहक हैं। इन सबको भारतीय समाचार इस विधिसे मिलेंगे। विदेशी समाचार रेडियोपर लेनेके लिए टाइम्सकी बम्बईकी इमारतमें बेतारके यन्त्र भी लगनेवाले हैं।

नीयर ऐण्ड फार ईस्ट न्यूज (एशिया) लिमिटेड

लन्दनकी इस समाचार समितिने १ अप्रैल सन् १९५२से भारतमें भी समाचार देना शुरू किया। ग्लोब एजेन्सी लिमिटेडका यहाँका काम इसने ले लिया। इसके तीनमेंसे एक डाइरेक्टर श्री गिबसन ब्रिटेनकी 'वेस्ट मिन्स्टर प्रेस लिमिटेड'के डाइरेक्टर भी हैं। बाकी दोमें एक पत्रकार श्री टाम क्लार्क और एक एम. पी श्री वूडरो व्याट हैं।

भारतकी राजधानी दिल्लीमें आजकल नीचे लिखी समाचार-समितियोंके दफ्तर हैं।

	सन् १९५१ में भारत सरकारका चन्दा	
(१) प्रेस ट्रस्ट आफ इण्डिया	२,३५,२८०	रुपया
(२) यूनाइटेड प्रेस आफ इण्डिया	२०,५९६	,,
(३) असोसिएटेड प्रेस आफ अमेरिका	६,०००	प्रति मास
(४) यूनाइटेड प्रेस आफ अमेरिका	(१९५३	में बन्द)
(५) फ्रेंच न्यूज एजेन्सी (एजेन्से फ्रांस प्रेसे)	७००)	दो महीनेका
(६) चाइनीज न्यूज एजेन्सी		
(७) असोसिएटेड प्रेस आफ पाकिस्तान		

(८) तास न्यूज एजेन्सी
(९) हिन्दुस्तान समाचार
(१०) यूनाइटेड प्रेस आफ पाकिस्तान
(११) यूगोस्लाव प्रेस एजेन्सी
(१२) इण्डोनेशियन न्यूज एजेन्सी
(१३) क्योडो न्यूज एजेन्सी, टोकियो
(१४) डूवाशे प्रेस एजेण्टुर
(१५) अरब न्यूज एजेन्सी २४,६०० रुपया
(१६) ग्लोब न्यूज एजेन्सी (अब बंद) १२०० ,,
(१७) नियर एण्ड फार ईस्ट न्यूज एजेन्सी

अग्रलेख-टिप्पणियाँ

जब समाचारपत्र छोटे होते थे तो एक जमाना था जब हिन्दी पत्रका सम्पादक प्रूफ देखनेसे लेकर सम्पादकीय लिखने तक और ग्राहकोंको अखबार सुनाकर चन्दा एकत्र करनेका काम भी करता था, पर अब पत्रकारीका सारा रूप बदल गया है। अब यह काम इतना व्यापक होता जा रहा है कि अग्रलेख-लेखक और सम्पादक एक ही व्यक्ति रहे, यह सम्भव नहीं जान पड़ता। सम्पादन अलग चीज है और सम्पादकीय लेख लिखना अलग। केवल विद्वत्ताकी दृष्टिसे अग्रलेख-लेखकको सम्पादकसे भी अधिक विद्वान् होना आवश्यक है, क्योंकि सम्पादकको सैकड़ों चीजें देखनी रहती हैं, उसे इतना समय नहीं मिल सकता कि दुनियाकी ज्ञान-प्राप्ति और ग्रन्थ-मुद्रणकी दौड़में बराबर उसके साथ रहे।

किसी समाचारपत्रकी अपनी नीति अग्रलेख-टिप्पणियोंमें बतायी जाती है। यह नीति पत्रकी होती है, सम्पादककी व्यक्तिगत रायसे इससे मेल न खाता हो, यह भी सम्भव है। सम्पादक सञ्चालक आते-जाते रहते हैं, एक ही सम्पादक या सञ्चालक अपनी व्यक्तिगत राय बारबार बदल सकता है, पर पत्रकी नीति यथासम्भव स्थिर रहनी चाहिये। स्थिरका यह मतलब नहीं कि नये अनुभवों, नयी परिस्थिति और नये ज्ञानके बाद भी वह दकियानूसी बनी रहे। स्थिरका मतलब यह है कि मौलिक बातोंके बारेमें उसमें सातत्य बना रहे।

अग्रलेख-लेखकको भी यह बात बहुत अच्छी तरह ध्यानमें रखनी चाहिये कि वह जो कुछ लिख रहा है वह पत्रकी नीति बता रहा है,

अपनी व्यक्तिगत राय नहीं। व्यक्तिगत राय लेखकका नाम देकर बतायी जा सकती है, पर अग्रलेखमें पत्रकी ही राय रहती है।

अग्रलेखमें एक बार जो लिखा गया वह हमेशाके लिए 'रेकार्ड' बन जाता है। हजारों-लाखों लोगोंपर वह असर डालता है, इसलिए अग्र-लेख लिखते समय बहुत अधिक सावधानताकी आवश्यकता होती है। व्यक्तिगत रायका उतना न महत्त्व रहता है और न असर, इसीलिए अग्रलेख लिखते समय अग्रलेख-लेखकको विशेष रूपसे सावधान रहनेकी आवश्यकता है।

अग्रलेख-लेखक पर एक और उत्तरदायित्व रहता है। पत्रका सञ्चालक, सम्पादक उसे उसपर पूरा विश्वास रखकर पत्रकी नीति व्यक्त करनेकी जिम्मेदारी और अधिकार सौंपता है। इसका निर्वाह उसे करना रहता है। वह कोई ऐसी बात नहीं कर सकता जिससे पत्रकी प्रतिष्ठापर और उसके आर्थिक हितोंपर आँच आवे।

अग्रलेखोंमें पत्रकी राय होती है, पर रायसे भी अधिक महत्त्व उन तर्कोंका है जिनके बलपर राय कायम की जाती है। अग्रलेखमें ये तर्क पाठकको पटाने रहते हैं। अग्रलेख स्वयं पूर्ण होना चाहिये। उसकी कोई बात समझनेके लिए दूसरी पुस्तकोंकी आवश्यकता नहीं होनी चाहिये, पर अग्रलेखमें पाठक राय जानना चाहता है, जानकारीके अन्य विवरण और विस्तारके साथ आँकड़े आदि वह समाचारोंके स्तम्भोंमें पढ़ता है इसलिए अग्रलेखमें सन्दर्भकी, रेफरेन्सकी बातें यथासम्भव नहीं होनी चाहिये।

सम्पादकीय लेख सबसे ताजे विषयपर होना चाहिये। पिछले २४ घण्टेमें जितने समाचार आवें उनसे जो नयी स्थिति उत्पन्न होती हो उन सबके विषयोंपर अग्रलेख-टिप्पणियोंमें राय प्रकट होनी चाहिये। इसीलिए अग्रलेख लेखकका ज्ञान-भाण्डार बहुत बड़ा होना जरूरी है। सम्पादकने जो लिखा वह अटल लेख बन गया, इसलिए अधुना और भूतकालीन इतिहासका बहुत सावधानतापूर्वक अध्ययन, अग्रलेख-लेखकका सम्पादकीय

विभागके अन्य सब सदस्योंसे अधिक, होना आवश्यक है। अग्रलेख-लेखकका लेख जब सम्पादक स्वीकार कर लेता है तो वह पत्रकी राय हो जाती है। अग्रलेख-लेखकको विशेषज्ञकी भाँति विचार करना पड़ता है, लिखना ऐसा पड़ता है कि वह साधारण पाठककी समझमें भी आ जाय। इसलिए कठिनसे कठिन वैज्ञानिक विषय भी सीधी-सादी भाषामें लिखनेकी कला भी अग्रलेख-लेखकके पास होनी चाहिये।

फीचर-सम्पादक

समाचारपत्रमें जो समाचार छपते हैं उनसे यह तो मालूम हो जाता है कि क्या हुआ। अग्रलेखोंमें रोजकी घटनाओंपर पत्रकी राय भी पाठक को मालूम हो जाती है, पर जो कुछ हुआ वह क्यों हुआ और उसका परिणाम भविष्यमें क्या होगा इसे भी पाठक जानना चाहता है। इसे बतानेवाले लेखोंको फीचर-लेख कहते हैं। ये हमेशा सामयिक विषयोंपर रहते हैं। ये मनोरंजक ढंगसे और सरल भाषामें होने चाहिये। इन लेखोंको जुटाने, लिखने-लिखाने, सचित्र रूपसे तैयार कराने आदिका काम फीचर-सम्पादक करता है।

फीचर-सम्पादकको नये साहित्यपर हमेशा नजर रखनी पड़ती है। नयी पुस्तकोंपर समालोचकोंसे लिखवाते रहना पड़ता है। अपने सहायकोंसे रोज-रोज सामयिक विषयोंपर लेख तैयार कराने पड़ते हैं। उसके जो पृष्ठ उस दिन तैयार होने होते हैं उनकी सारी सामग्री दी गयी या नहीं, प्रूफ देखे गये या नहीं, फीचरके चित्रोंके ब्लाक बनकर आ गये या नहीं और अन्तमें फीचर पृष्ठ पूरी तरह तैयार हुआ या नहीं यह सब उसे देखते रहना पड़ता है। अग्रलेखवाले पृष्ठमें अग्रलेखके बगलमें उस दिनके अतिमहत्त्वके समाचारोंपर सामयिक विशेष लेख देनेकी प्रथा अब बहुत लोकप्रिय हुई है। ये सामयिक लेख फीचर-सम्पादकको ही तैयार कराने पड़ते हैं।

फीचर-सम्पादकको आनेवाले कलके अखबारके फीचर पृष्ठोंकी तैयारी आज करनी पड़ती है। आजकल अग्रलेखवाला पृष्ठ, सम्पादकके नाम पत्र, कृषि, पुस्तक समालोचना, रेडियो-कार्यक्रम, विदेशी चिट्ठियाँ,

बालकोंका पृष्ठ, महिलाओंका पृष्ठ आदि सब उसे देखने पड़ते हैं। पत्रके जो घरेलू और मनोरंजक विभाग होते हैं उनकी जिम्मेदारी विशेषकर फीचर-सम्पादककी रहती है। पृष्ठ सजाने-संवारनेके लिए और उन्हें सचित्र-आकर्षक बनानेके लिए उसे प्रयत्न करना पड़ता है। बड़े अखबारोंमें इस कामके लिए उसे एक 'विसुएलाइजर' या टाइप और मेकअपकी सुन्दरताके विशेषज्ञकी सहायता भी अब मिलने लगी है। पर इतने बड़े अखबारोंकी संख्या अभी बहुत कम है। अधिकतम अखबारोंमें सब काम फीचर-सम्पादकको ही करने पड़ते हैं।

खेलकूद सम्पादक

भारतीय जनतामें खेलकूदका शौक धीरे-धीरे बढ़ रहा है। विदेशोंमें तो इसके लिए अखबारोंमें बहुत अधिक स्थान दिया जाता है और खेलकूदके समाचारोंके लिए सम्पादकीय विभागमें अलग व्यवस्था की जाती है। इसलिए वहाँ खेलकूद सम्पादक भी रहते हैं। भारतमें भी धीरे-धीरे इसकी अलग व्यवस्था करनी पड़ेगी।

पत्र और महिलाएँ

जनसंख्यामें आधी संख्या महिलाओंकी होती है और भारतमें उन्हें पुरुषोंके बराबर मताधिकार भी मिला है, पर अभी भारतमें अखबारोंमें काम करनेवाली महिलाओंकी संख्या नहींके बराबर है। इसका मुख्य कारण यह है कि अभी महिलाओंमें दफ्तरमें जाकर काम करनेका चलन आमतौरसे नहीं है, इसलिए अखबारोंकी महिला-ग्राहकोंकी संख्या बहुत कम रहती है। अखबारका काम ऐसा है कि उसे महिलाएँ भी उतना ही अच्छी तरहसे कर सकती हैं जितना कि पुरुष। वैसे पुरुष अखबार खरीदते हैं जिसे महिलाएँ अवश्य पढ़ती हैं इसलिए बालकोंके पृष्ठोंकी तरह पत्रोंमें महिलाओंके पृष्ठ भी दिये जाते हैं। महिलाओं द्वारा चलायी गयी महिलाओंके लिए पत्रिकाएँ भी यहाँ बहुत कम निकलती हैं।

वकीलों और डाक्टरोंमें जिस प्रकार महिलाओंका अभाव या कमी है, उसी प्रकार पत्रकारोंमें भी है। विदेशोंमें युद्ध-कालमें पुरुष लड़ाईपर चले जाते हैं और महिलाएँ उनका स्थान लेती हैं। यूरोपमें महिला-पत्रकारोंकी संख्या इसी प्रकार बढ़ी है। लन्दनमें पत्रकारीका काम करनेवाली कोई ५०० महिलाएँ होंगी। ये अधिकतर रिपोर्टरोंका काम करती हैं। इनके जिम्मे महिला पृष्ठ भी रहते हैं जिनमें रसोई, फैशन, सिलाई-कढ़ाई, जच्चा-बच्चा, सौंदर्य-प्रसाधन आदि विषय प्रमुखतासे रहते हैं।

सचित्र पत्रकारी

चित्र-प्रेषण

६०-६५ साल पहले समाचारपत्रोंमें चित्र नहीं छपते थे। ईसवी सन् १८९० में ४ जनवरीको ब्रिटेनमें 'डेली ग्राफिक' नामका पहला सचित्र अखबार निकला। इसके पहले अंकमें ४० चित्र थे,पर वे सब हाथसे बनाये हुए चित्रोंके लाइन ब्लाक थे। पौने दो साल बाद नवम्बर सन् १८९१ में उसी अखबारने पहली बार फोटोसे हाफटोन ब्लाक बनाकर छापा। अब तो कैमरा एक सेकेण्डमें चित्र लेनेका काम करता है। अब पाठक केवल समाचार पढ़नेसे सन्तुष्ट नहीं होते, वे खुद चित्रोंके द्वारा समाचार 'देखना' भी चाहते हैं। कैमराके कारण रिपोर्टरोंका काम और अधिक कठिन हो गया है क्योंकि घटनाके एक सेकेण्ड बाद पहुँचनेवाले रिपोर्टर अब मौका चूक जाते हैं। सचित्र पत्रकारीके कारण फोटोग्राफर-पत्रकार-संवाददाताका महत्त्व और बढ़ गया है।

पहले हाथसे बनाये गये चित्र डाकके ज़रिये समाचारपत्रके कार्यालय में पहुँचते थे, और इसमें कई दिन लग जाते थे। सन् १९२८ में पहले-पहल तारसे विद्युत्-लहरियोंकी सहायतासे फोटो-चित्र भेजे गये। अब मिनटोंमें फोटो समाचारपत्रके कार्यालयमें पहुँच जाते हैं। इस कलामें इतनी अधिक प्रगति हो गयी है कि समाचारके साथ-साथ और कभी पहले भी उस समाचारके चित्र पत्रके पास पहुँच जाते हैं। सचल रेडियो और टेलिफोटो तारकी लाइनोंने यह काम सुलभ कर दिया है। फोटोग्राफीकी कलामें इतनी उन्नति हुई है कि नेगेटिव धोनेसे लेकर कागजपर प्रिंट सुखाने तककी क्रिया साधारणतः ८ मिनटमें और विशेष अवसरोंपर २ मिनटमें भी पूरी की जा सकती है।

जिस प्रकार टेलिप्रिण्टरसे समाचार भेजे जाते हैं उसी प्रकार टेलिफोटोसे चित्र भेजे जाते हैं। इसकी तार लाइनें, टेलिफोन और टेलिग्राफ के तारोंसे अधिक अच्छी होती हैं। तारसे भेजा जानेवाला फोटो ट्रांसमिटरके ड्रमपर लगाया जाता है। ड्रमपर तेज रोशनीका एक किरणपुञ्ज पड़ता है और ड्रम गोल घूमता रहता है। किरणपुञ्ज दाहिने-बाँये घूमता रहता है जैसे कि कागजपर लिखी हुई कोई चीज पढ़ रहा हो। प्रकाश-पुञ्ज जब चित्रसे टकराता है तो प्रत्यावर्तित होता है। यह प्रत्यावर्तित प्रकाश फोटो इलेक्ट्रिक सेलपर पड़ता है जिससे एक बत्तीमें रोशनी चित्रके सफेद-कालेके अनुसार तेज-धीमी होती है। इसके संकेत तारसे भेजे जाते हैं और रिसीवरमें ठीक इसके उलटी प्रक्रिया होती है और रिसीवरके ड्रमपर लगी फोटो-फिल्मपर चित्र आ जाता है। बादमें इसे डेवलप और प्रिण्ट कर चित्र छापनेके काममें लाते हैं।

म्यूरहेड कम्पनीकी टेलिफोटो मशीनोंपर १२ मिनटमें और आवश्यकता हुई तो ६ मिनटमें भी एक चित्र भेजा जा सका है।

टेलिफोटो भेजनेकी उठौवा मशीनें भी बनी हैं। इनको ले जाकर समाचारके स्थलपरसे सीधे समाचारपत्रके कार्यालयमें फोटो भेजे जा सकते हैं। घटनास्थलतक तार ले जाना पड़ता है।

बड़ी-बड़ी टेलिफोटो मशीनोंसे अखबारके पूरे-पूरे पृष्ठोंके फोटो भी भेजे जा सकते हैं।

अमेरिकामें एक अल्ट्रोफाक्स मशीन बनी है जिसमें तारकी भी जरूरत नहीं पड़ती, टेलिविजन और फोटोग्राफी दोनों एक साथ जोड़े गये हैं। इस यन्त्रकी सहायतासे सन् १९४८ में 'गान विद द विंड' नामक १०३७ पृष्ठका एक उपन्यास ९० सेकेण्डमें, यानी एक मिनटमें १० लाख शब्दकी गतिसे रेडियो टेलिफोटोसे भेजा गया था।

तार लाइनके अतिरिक्त बेतारसे, रेडियो टेलिफोटोसे भी चित्र भेजे जाने लगे हैं। इस प्रकारसे सन् १९४८ में पहले-पहल चित्र भेजा गया। इसका लाभ यह है कि जहाँ तार लाइन नहीं गयी है या नहीं जा

सकती वहाँसे भी चित्र सेकेण्डोंमें भेजे जा सकते हैं। दोनोंका वैज्ञानिक सिद्धान्त एक ही है। फोटो-प्रिंट एक गोल ड्रमपर चिपका दिया जाता है और घूमते हुए ड्रमका विद्युत-चुम्बकीय रूपान्तर शार्टवेव रेडियोसे भेजा जाता है। इस प्रकार अब घटनास्थलसे १०—१५ मिनटके अन्दर समाचारपत्रोंके कार्यालयोंमें चित्र पहुँच जाते हैं। कुछ बड़े पत्रोंने अब अपने हवाई जहाजोंमें भी टेलिफोटो रेडियो यन्त्र लगा दिये हैं और उड़ते हवाई जहाजसे ही फोटो लेकर आकाशसे ही वे पत्रके कार्यालयमें भेजे जाते हैं। चलते हुए जहाजोंपरसे महासागरोंसे भी रेडियो-फोटो भेजे जा चुके हैं। इस प्रकार फोटो-यन्त्रोंने जल, स्थल, आकाशपर विजय प्राप्त कर ली है। रातके घोर अन्धकारमें फ्लैश लाइटके एक सेकेण्डके दस हजारवें हिस्से जितने निमिषमें फोटो लेकर प्रकाशके अभावपर भी विजय प्राप्त की जा चुकी है।

ब्रिटेनके 'डेली ग्राफिक' ने फोटो और समाचार भेजनेके दोनों रेडियो-यन्त्र एक ही मोटरमें फिट कर दिये और एक साथ रेडियोपर समाचार और फोटो भेजे हैं। समाचार टेलिप्रिण्टरपर छपे और फोटो टेलिफोटो-यन्त्रपर। मोटरमें ही 'डार्क रूम', एनलार्जर और बिजली पैदा करनेवाला जनरेटर रहता है।

पिछले ६०—६५ सालमें सचित्र पत्रकारीमें यह अद्भुत प्रगति हुई है। पञ्चमहाभूत, अन्धकार और समयपर विजय प्राप्त कर ली गयी है, पर अभी टेलविजन, जेट विमान और सुपर इलेक्ट्रानिक यन्त्र बच्चे ही हैं। ये कौनसी क्रान्ति अगले ६—७ सालमें ही करते हैं यह देखना है।

चित्र-सम्पादन

चित्रका प्रिंट जब सम्पादकके हाथमें आता है तो उसे तत्काल यह निश्चय करना पड़ता है कि यह छापने लायक है या नहीं। छापने लायक समझकर उसका उपयोग करनेका निश्चय करनेपर उसकी साइज, आकार-प्रकार, उसका बार्डर, पृष्ठमें स्थान, अन्य चित्रोंके साथ उसका स्थान, सजावट, पृष्ठका मेक-अप आदिके बारेमें तुरत तै करना होता है

और उस निश्चयके अनुसार निर्देशन देकर चित्र ब्लाकघरमें ब्लाक बनानेके लिए भेजना पड़ता है।

व्यंगचित्र

कन्फ्यूशियसने कहा था कि एक चित्र दस हजार शब्दोंके बराबर होता है। कन्फ्यूशियसके समय समाचारपत्र, उनके अग्रलेख और उनमें छपनेवाले राजनीतिक व्यंगचित्र नहीं थे, होते तो वे कहते कि एक अच्छा व्यंगचित्र दस अग्रलेखोंके बराबर होता है।

दस क्या दससे भी अधिक अग्रलेखोंके बराबरका व्यंगचित्र बनानेवाले राजनीतिज्ञ कलाकार दुनियामें हैं, भारतमें भी हैं, पर सभी व्यंगचित्रकार न राजनीतिज्ञ होते हैं और न सभी राजनीतिज्ञ चित्रकला जाननेवाले हो सकते हैं।

व्यंगचित्रकला अब अन्तर्राष्ट्रीय कला हो गयी है। व्यंगचित्रकार जनताकी आवाज बुलन्द करते हैं और जनताका पक्ष प्रदर्शित करते हैं। इसलिए कारटून अब अखबारोंके आवश्यक अंग हो गये हैं। पश्चिमी देशोंमें पिछले २०० वर्षोंमें कारटूनोंका क्रमशः विकास ही होता गया है। फ्रेंच कारटून-अखबार 'चारी वारी'का अनुकरण कर सन् १८४१ में ब्रिटेनमें 'पंच' निकला। भारतमें भी 'शंकरका साप्ताहिक' निकला है। बड़े अखबारोंमें तो आजकल राजनीतिक कारटूनोंके अलावा छोटी मजाकिया और सनसनीदार कहानियोंकी धारावाहिक 'पट्टियाँ' भी रोज छापना अखबारोंका जरूरी फीचर समझा जाता है।

कारटून मनोरंजनके साथ-साथ जनशिक्षणका भी काम करता है इसलिए बहुत प्रभावकारी होता है। ब्रिटिश कारटूनकार (न्यूजीलैंडमें पैदा) श्री डेविड लो दुनियाके सबसे प्रसिद्ध व्यंगचित्रकार हैं। भारतमें 'शंकर' का नाम भी खूब है। इन दोनोंने राजनीतिको अपने साँचेमें ढालनेका काम किया है। राजनीति केवल राजनीतिज्ञोंकी मीरास नहीं है, व्यंगचित्रकारोंने उसमें लज्जत डाल दी है। जनशिक्षणका सर्वोत्तम साधन व्यंगचित्र हो गया है।

सिनेमामें जो स्थान चार्ली चैपलिनको और हिन्दी साहित्यमें जो स्थान जी० पी० श्रीवास्तव, अन्नपूर्णानन्द या बेढबको दिया जाता है, वही चित्रकलामें कारटूनकारको मिलना चाहिये। दुनिया भरमें ब्रिटेनके कारटूनकारोंको सबसे अधिक स्वतन्त्रता मिली है। अमेरिकामें कारटूनकार सम्पादकसे सलाह कर ही कारटून बनाते हैं और यही प्रथा वहाँ है।

भारतमें उंगलियोंपर गिनने लायक बहुत थोड़े कारटूनकार हैं। इस दिशामें भारत अभी बहुत पीछे है। अपनी आवश्यकता पूरी करनेके लिए बहुतसे चित्रकारोंको हमने जबरदस्ती कारटूनकार बनाया है। फिर भी राजनीतिक व्यंगचित्रोंको छोड़कर अन्य व्यंगचित्र बनानेवालोंमें हमें भारतमें केवल एक 'अहमद' का नाम दिखाई देता है। राजनीतिक कारटूनकार कुछ अधिक हैं पर इनमेंसे अधिकतर जबरदस्ती कारटूनकार बनाये गये हैं। भारतमें अब राजनीतिक कारटूनोंकी अपेक्षा सामाजिक और व्यक्तिगत जीवनके व्यंगोंपर चित्र बनानेकी आवश्यकता है।

पश्चिमी देशोंमें व्यंगचित्रकला अब व्यवसायके स्तरपर आ गयी है। बड़ी-बड़ी कम्पनियाँ बनी हैं जो सर्वोत्तम कलाकारोंसे व्यंगचित्र बनवाकर सैकड़ों अखबारोंको एक ही दिन, एक साथ छापनेके लिए बेचती हैं। इससे अखबारोंकी अपनी व्यक्तिगत स्थानीय विशेषता नहीं रह जाती, पर समाचारपत्रोंको सस्तेमें अमूल्य कलाकारकी चीज मिल जाती है। हास्य भी अब व्यवसायके हाथमें आ गया है। एक ही चित्र हजारों आदमियोंको हँसाने लायक बनाना पड़ता है। व्यंगचित्रोंका मुख्य उद्देश्य अब हँसाना अधिक, बुराईको सुधारना कम हो गया है।

इतिहास

व्यंगचित्रोंकी कला पहले-पहल डच कलाकारोंने शुरू की और वे ही इसे ब्रिटेन ले गये। विलियम होगार्थको हम पहला ब्रिटिश राष्ट्रीय व्यंगचित्रकार कह सकते हैं। ब्रिटेनके होगार्थ, स्काटलैण्डके गिलरे, फ्लेमिश श्री ब्रुघेल और फ्रेंच डामिये—इन चारोंको हम आदि व्यंगचित्रकार-पिता कह सकते हैं। इनके समयमें कलाकारको ही लकड़ी-

पर बारीक चाकुओंसे चित्र बनाने पड़ते थे। तांबेकी प्लेटोंकी प्रथा बादमें आयी। सन् १८४१ में 'पञ्च' निकला और दो साल बाद सन् १८४३ में व्यंगचित्रोंके लिए 'कारटून' शब्द चल पड़ा। सन् १८७२ में फोटो-ब्लाक बनानेकी प्रथा शुरू होनेके कारण कलाकारोंकी कलामें गहरा परिवर्तन हुआ। दैनिक कारटून देनेकी प्रथा कलाकार एफ० सी० गोल्डने पहले-पहल शुरू की। इनके व्यंगचित्र 'वेस्टमिन्स्टर और पालमाल गजट' में छपते थे। दैनिक कारटूनोंकी यह प्रथा केवल ५०-५५ साल पुरानी है।

ब्रिटेनमें कारटूनकारको अपने चित्र-विषयके सम्बन्धमें स्वतन्त्रता दी जाती है जिसका फल अच्छा ही रहता है। कारटूनकार जनताके अधिक निकट रहता है और उसके कारटूनोंसे जनमतका पता सम्पादकों-को भी लगता है।

स्त्रियोंमें व्यंगचित्रकार बननेकी अधिक लालसा या क्षमता शायद नहीं रहती क्योंकि शायद ही कोई स्त्री व्यंगचित्रकार अबतक हुई है। व्यंगचित्र इतने अधिक प्रभावकारी होते हैं कि प्रथम महायुद्धकालमें ब्रिटेनके प्रधान मन्त्री श्री लायड जार्जने लूई रेमेकर्स नामके एक व्यंग-चित्रकारको अमेरिका भेजा था ताकि उनके चित्रोंका वहाँके जनमतपर प्रभाव पड़े।

स्ट्रिप कारटून

स्ट्रिप कारटूनसे राजनीतिसे कोई सम्बन्ध नहीं रहता। यह बच्चों और अर्धशिक्षितोंकी दिलचस्पी बढ़ानेका सर्वोत्तम साधन है। इसे सबसे पहले अल्फ्रेड हैम्सवर्थ (लार्ड नार्थक्लिफ) ने पहचाना। बादमें अमे-रिकाके अखबारोंने इसका पूरा उपयोग किया। शीघ्र ही रंगीन स्ट्रिपें छपने लगीं। कथा-रूपमें दैनिक स्ट्रिप कारटून सबसे पहले सन् १९०७ में सैनफ्रैंसिस्कोमें हैरी कानवे फिशर नामके कलाकारने 'कानिकल' में 'मिस्टर ए. मट' की दैनिक कहानी पट्टीके रूपमें शुरू की। 'मट एण्ड जेफ' आजतक सैकड़ों अखबारोंमें चल रहा है।

रंगीन स्ट्रिपके प्रारम्भकी कहानी भी विचित्र है। फरवरी सन् १८९६

में अमेरिकाके न्यूयार्क 'वर्ल्ड टेलिग्राम' अखबारको पीले रंगकी छपाईका प्रयोग करके देखना था इसलिए अपने कारटूनकार आउट-काल्टको कारटूनके बीचमें पीले रंगसे छापनेके लिए जगह छोड़नेको कहा गया। एक बच्चेके कपड़े पीले रंगमें छपे। यह एक ही दिनमें इतना लोकप्रिय हुआ कि विलियम रैंडाल्फ हार्स्टने अपने 'न्यूयार्क जर्नल' में कई पृष्ठ रंगीन चित्र छापना शुरू किया। पीले लड़केके चित्रसे ही भड़कीली पत्रकारीका नाम ब्रिटेनमें 'येलो जर्नालिज्म' पड़ गया।

सन् १९१५ में अमेरिकामें न्यूज पेपर सिण्डिकेट बनना शुरू हुआ और स्ट्रिप कारटून भी व्यावसायिक हो गये। हजार हजार-अखबारोंमें एक ही दिन एक ही स्ट्रिप कारटून छपने लगा। सन् १९२९ में इनका रूप बदला और साहसिक कहानियाँ, कल्पनाकी उड़ानकी कहानियोंकी पट्टियाँ शुरू हुईं।

अब तो स्ट्रिप कारटूनका एक शास्त्र ही बन गया है। पाठकोंकी मनोवैज्ञानिक आवश्यकताका अध्ययन किया जाता है और लेखकों, कलाकारों, फैशन-विशेषज्ञों आदिका एक पूरा दल स्ट्रिप कारटूनोंमें कहानियाँ तैयार करता है। साहस, वैज्ञानिक शोध, अपराध, प्रेम, पारिवारिक और व्यक्तिगत जीवनके व्यंग आदिपर लम्बी-लम्बी चित्रित कहानियाँ बनानेका व्यवसाय अमेरिकामें बहुत तेजीपर है। अमेरिका 'कॉमिकमय' हो रहा है।

भारतमें अभी विदेशोंके बलपर ही अखबार अपना यह कोना सजा रहे हैं।

पृष्ठोंका बनाव-ठनाव (मेक-अप)

व्यापारीको जिस प्रकार अपना माल जनताकी आवश्यकताके अनुसार बनाना और उसको आकर्षित करनेके लिए उसे सजाना-सँवारना पड़ता है उसी प्रकार (पत्रकारोंके लिए भी) अखबारको सजाना-सँवारना आवश्यक हो जाता है ताकि उसके अधिकसे अधिक ग्राहक बन सकें। अखबारके ग्राहक दस तरहके होते हैं और उन सबके लिए अखबारको उपयोगी और आकर्षक बनानेके साथ अखबारकी अपनी एक परम्परा और अपना एक व्यक्तित्व भी कायम रखना पड़ता है। कोई पाठक चित्र और उसमें भी सिनेमा-नटियोंके उत्तान चित्र पसन्द करता है तो कोई खिलाड़ियोंके चित्र चाहता है। किसीको केवल बाजार-भाव देखना रहता है तो कोई केवल रेसका घोड़ा देखना चाहता है। किसीके पास अखबार पढ़नेके लिए केवल ५ मिनटका समय रहता है तो कोई शुरूसे लेकर आखिरी प्रिंट लाइनतक पूरा अखबार रोज पढ़ डालता है। इन सबको संतोष देनेवाला अखबार तैयार करनेमें कितना विचार करना पड़ता होगा, यह सोचनेकी बात है। इसके अतिरिक्त अखबारवाले सञ्चालक-सम्पादक वर्गका व्यक्तिगत दृष्टिकोण भी होता है जिसका निर्वाह वे चाहते हैं।

पाठकके सामने सबसे पहले अखबारका पहला पृष्ठ या मुखपृष्ठ आता है, इसलिए इस पृष्ठको सर्वाधिक सुन्दर बनानेकी कोशिश रहती है। सबसे अच्छे चित्र, टाइपकी सबसे अच्छी सजावट, ताजासे ताजा समाचार और उस दिनके महत्त्वके सब समाचार उस पृष्ठपर लानेका प्रयत्न होता है। मनुष्यके लिए जिस प्रकार कहावत है कि

'एक नूर आदमी और दस नूर कपड़ा', उसी प्रकार अखबारका चेहरा समझे जानेवाले पहले पृष्ठको भी दस नूर सजाना पड़ता है।

समाचारके पृष्ठोंकी सजावटके बारेमें ध्यान देने योग्य बातें ये हैं—

(१) पृष्ठोंपर देशी और विदेशी समाचारोंका स्थल-विभाजन अवश्य होना चाहिये। साधारणतः ८ कालमका पृष्ठ हो तो पहले ४ कालम देशी समाचारोंके लिए और दाहिनी ओरके स्तंभ विदेशी समाचारोंके लिए निश्चित करने चाहिये।

(२) सबसे बड़ा शीर्षक उस दिनके सबसे अधिक महत्त्वके समाचारपर देना चाहिये। समाचारके महत्त्वके अनुसार शीर्षकका टाइप और उसकी लम्बाई निश्चित करनी चाहिये। इसका इतनी कड़ाईसे पालन हो कि पाठक बड़ा शीर्षक देखकर उसके टाइप और उसकी लम्बाईसे यह निश्चय करने लग जाय कि आजके बड़े समाचारका महत्त्व कितना है।

(३) समाचारका महत्त्व समयपर भी निर्भर करता है। बादको आया समाचार पहले आये हुए समाचारसे कुछ कम महत्त्व रखता हो तब भी उसकी ताजगी उसका महत्त्व बढ़ा देती है। पत्रके संस्करणके प्रकाशनका जो समय हो उसके अनुसार समाचारका महत्त्व भी आँका जाता है। सबसे ताजा समाचार अधिक प्रामुख्यसे सजाया जाता है ताकि पाठकका उसपर अधिक ध्यान जाय और वह यह जान जाय कि फलाँ अखबार इतने समय बाद तकके समाचार भी देता है।

(४) कोशिश यह होनी चाहिये कि समाचार समझनेमें पाठकके दिमागको कमसे कम परेशानी हो। समाचारोंके विषयोंके अनुसार विभाग करनेसे और उन विभागोंको रोज एक निश्चित स्थानमें देनेसे पाठकको सुविधा मालूम होती है। समाचारोंका क्रम भी जहाँतक हो निश्चित रहे। राष्ट्रपतिकी हलचलें, प्रधान मन्त्रीकी हलचलें, विभिन्न विधान सभाओंकी काररवाइयाँ, मृत्यु-समाचार, खेलकूद, रेडियो, व्यापार-वाणिज्य आदि अलग-अलग विभागके लिए साधारणतः निश्चित स्थान रखना चाहिये।

बीच-बीचमें हृदयको छूनेवाली और मानव-प्रकृतिकी विविधता बतानेवाली छोटी-छोटी खबरें सजाकर मंजूषाओंमें (बक्स बनाकर) देनी चाहिये ।

(५) लम्बे समाचार एक पृष्ठसे जब दूसरे पृष्ठपर ले जाकर या उसी पृष्ठपर आगेके कालमोंमें ले जाकर पूरे किये जाते हों तो यह कोशिश करनी चाहिये कि पाठकको शेष ढूँढ़नेमें अधिकसे अधिक आसानी हो। पृष्ठके साथ-साथ निश्चित कालम और कालममें भी ऊपर या नीचे यह देना चाहिये। पहलेके कालमोंके और शुरूके पृष्ठोंके शेष बादके कालमों और बादके पृष्ठोंपर देने चाहिये । पाठकको शेष देखनेके लिए अखबार को फिर उलटना-उलटना न पड़े इसका अवश्य ध्यान रहे । शेषकी लाइनें दो-दो तीन-तीन बार जाँच लेनी चाहिये । संस्करणोंमें पृष्ठ बदलते समय भी क्रमका और शुद्धताका ध्यान रखना चाहिये ।

(६) मृत्यु-समाचारके साथ मृत व्यक्तिका चित्र अवश्य दिया जाय। उस समाचारमें फिर अन्य व्यक्तियोंके चित्र न रहें । चित्रोंमें नवीनता हमेशा बनाये रखना चाहिये ।

(७) पृष्ठकी सजावटमें विषयों और विभागोंका विभाजन होनेपर भी प्रति दिन पत्रकी सजावटमें नवीनता होनी चाहिये । नये-नये ढंगसे प्रथम पृष्ठ बनानेमें मेक-अप-सम्पादकको कुछ समय खर्च करना चाहिये। नवीनतासे हमेशा दिलचस्पी बढ़ती है। समाचारपत्रका रोज-रोज नया जन्म होता है और उसकी आयु केवल २४ घण्टे रहती है, इसलिए उसे रोज-रोज नये अलंकारों, नये गहनों और नये साज-शृंगारकी आवश्यकता होती है। चित्र, नकशे, ग्राफ आदि अनुकूल अवसरोंपर अवश्य देने चाहिये ।

(८) समाचारोंके पृष्ठोंकी तरह फीचरके पृष्ठ भी सजाने चाहिये। इनको सजानेके लिए अधिक समय मिलता है इसलिए ये अधिक अच्छी तरह सजाये जा सकते हैं।

प्रूफ रीडर

अमेरिकामें प्रूफरीडर मशीन-विभागके अङ्ग समझे जाते हैं। वहाँ कम्पोजके लिए अधिकतम कापी टाइपराइटरकी टाइप की हुई दी जाती है, इसलिए प्रूफ रीडरका काम एक दृष्टिसे हलका रहता है।

भारतमें और विशेषकर स्वदेशी और विभिन्न प्रादेशिक भाषाओंके अखबारोंमें कापी हाथकी लिखी दी जाती है। उसमें टाइपकी कापीसे अधिक असुविधा होती है इसलिए प्रूफ रीडरको शुद्ध प्रूफ पढ़नेके साथ-साथ शब्दोंकी शुद्धता-एकरूपता आदिके बारेमें भी ध्यान देना पड़ता है। भारतमें प्रूफ रीडर सम्पादकीय विभागके ही अङ्ग माने जाते हैं। सम्पादकीय विभाग जो कुछ सामग्री भेजता है उसे और विज्ञापन विभागकी सामग्रीको कम्पोज विभागमें कम्पोजीटर हाथसे टाइप लगाकर कम्पोज करते हैं या मोनो और लाइनो मशीनोंपर वह कम्पोज होता है। टाइपकी चौड़ाईका पैमाना 'एम' होता है। एक इञ्चमें ६ एम होते हैं और १ एममें १२ पाइण्ट। एक एममें दो एन होते हैं और प्रत्येक पंक्तिके शुरूमें और अन्तमें एक एक एनका हाशिया दिया जाता है। साधारणतः अखबारोंका एक कालम १२ एम चौड़ा होता है।

टाइपके आकार भी कई होते हैं। एक एमके टाइपको पाइका टाइप कहते हैं। इसे १२ पाइण्टका टाइप भी कहते हैं। शीर्षकके टाइप ६ लाइन पाईका तक बड़े होते हैं। इससे भी बड़े लकड़ीके टाइप होते हैं, पर उनका उपयोग अखबारोंमें बहुत ही कम, पोस्टरोंमें अधिक, किया जाता है।

अखबारमें छपनेवाली सामग्रीका कम्पोज होनेके बाद प्रूफ उठाया जाता है और प्रूफ रीडर उसे शुद्ध करते हैं। शुद्ध प्रूफके अनुसार, कम्पोज करनेवाले कम्पोज सामग्रीको फिर शुद्ध करते हैं।

अखबारका काम इतना जल्दीका रहता है कि कभी-कभी देर न हो, इसलिए गलतियाँ वैसे ही छोड़ देनी पड़ती हैं, दूसरे संस्करणमें ठीक की जाती हैं। पर अखबारवाले हमेशा कोशिश इस बातकी करते हैं कि अखबारमें प्रूफकी एक भी गलती न रहे। प्रूफ रीडरोंका काम बहुत जिम्मेदारीका रहता है क्योंकि गलतियाँ चाहे जिसकी रहें सबसे पहला दोष प्रूफ रीडरोंके सिरपर ही मढ़ा जाता है। प्रूफ रीडरोंको बड़े अखबारोंमें कापी होल्डर सहायता करते हैं, पर छोटे अखबारोंमें कापी होल्डर नहीं रहते।

प्रूफ रीडरोंको सिर्फ कम्पोजकी गलतियाँ ही ठीक नहीं करनी पड़तीं। उन्हें देखना पड़ता है कि टाइप सब ठीक आकारके लगे हों, लिखी गयी बात वस्तुस्थितिसे भिन्न न हो, आँकड़े और तारीखें ठीक हों, व्याकरण-भाषाकी गलतियाँ न हों, आदि आदि। जहाँ सन्देह होता है वहाँ सम्पादकीय विभागके लोगोंसे पूछकर ठीक करना पड़ता है।

अखबार छपनेके पहले गलतियाँ ठीक करना प्रूफ रीडरका मुख्य काम रहता है, पर अखबार छपनेके बाद भी दूसरे संस्करणमें प्रूफकी गलतियाँ न रहें, इसके लिए भी उसे अखबार फिर पढ़ना पड़ता है। प्रूफ रीडर विभागके मुखियाको यह भी देखना पड़ता है कि जो गलतियाँ छूटती हैं वे उनके विभागके लोगोंसे छूटती हैं या कम्पोज विभागसे।

बारबार गलतियाँ छोड़नेवाले कम्पोजीटर और प्रूफ रीडर तुरत बदल दिये जाने चाहिये, क्योंकि पाठक जब अखबार पढ़ता है तो गलतियाँ पाकर झल्ला जाता है। बहुतसे लोग समाचारपत्रसे ही भाषा सीखते हैं और समाचारपत्र जब गलत भाषा या शब्द छापते हैं तो वे उसीको शुद्ध समझते हैं। इसलिए पत्र अधिकसे अधिक शुद्ध हो, इस बातका प्रयत्न होना चाहिये।

प्रूफ रीडर प्रूफ देखनेमें किन चिह्नों और संकेतोंका उपयोग करते हैं यह आगे दिया जाता है—

प्रूफ-संशोधनमें प्रयुक्त होनेवाले सङ्केत

सङ्केत	अर्थ	सङ्केत	अर्थ
∂	हटा दो या निकाल दो ।	“/ ”/	दो अवतरण चिह्न ।
□	एक एम स्थान छोड़ो, जैसा नये पैराके आरम्भमें होता है ।	‘/ ’/	एक अवतरण चिन्ह ।
#	स्पेस डालो या जगह करो ।	!	सम्बोधन ।
९	उल्टा लगा है ठीक करो ।	?	प्रश्नवाचक चिन्ह ।
⌣	अक्षरों को मिलाओ ।	|||	ऊपर नीचेकी पंक्तियोंके आदि या अन्तिम अक्षर एक सीध में करो ।
=	एक लाइनमें करो ।	✓	स्पेस(रिक्तस्थान)कम करो ।
¶	नया पैरा प्रारम्भ करो ।	X	टूटा अक्षर, बदलो ।
[	बायीं ओर हटाओ ।	ital	इटैलिक टाइप लगाओ ।
]	दाहिनी ओर हटाओ ।	rom	रोमन टाइप लगाओ ।
⊓	ऊपर हटाओ ।	run on	पैरा मत छोड़ो ।
⊔	नीचे हटाओ ।	ld >	दो पङ्क्तियोंके बीचमें और जगह करो ।
eq #	रिक्त स्थान (स्पेस) बराबर करो ।	(	दो पङ्क्तियोंके बीचकी जगह कम करो ।
tr	स्थान बदलो ।	⊙	अनुस्वार ।
stet	रहने दो ।	(:)	विसर्ग ।
w. f.	विजातीय टाइप, बदलो ।	(SP)	गिनतीकी संख्या अक्षरोंमें कम्पोज करो । जैसे '२' को 'दो' ।
en	एक छोटा डैश लगाओ ।	(???)	क्वेरी ठीक कराओ ।
em	एक बड़ा डैश लगाओ ।	See copy	पाण्डु लिपि देखो ।
˙/	स्पेस उठा है, दबाओ ।		
,/	विराम दो ।		

इनके अतिरिक्त ये चिह्न भी काममें लाये जाते हैं।

⊥ लेड या स्पेस ऊपर आया है उसे नीचे दबाइये।

× टाइप खराब है, बदलिये।

बीचका टाइप निकालकर मिला दीजिये।

N. P. (या पैरा) नया पैरा शुरू कीजिये।

लाइब्रेरी और संग्रहालय

अच्छे अखबारके लिए एक लाइब्रेरी या पुस्तक-संग्रह रखना अत्यावश्यक है। आजकल ज्ञान-विज्ञान इतनी तेजीसे बढ़ रहा है कि किसी भी विद्वान्, अति बुद्धिमान्, मेधावी पुरुषके लिए भी यह सम्भव नहीं है कि वह सब बातें अपने मस्तिष्कमें रखता जाय। इसीलिए जमानेके साथ पाण्डित्यकी परिभाषा भी बदल रही है। पांडित्यका एक गुण अब यह भी है कि असुक बात हमें किस जगह, किस पुस्तकके किस विभागमें मिलेगी, इसका स्मरण रखना। अखबारके दफ्तरका संग्रहालय बहुत व्यापक होना चाहिये और संग्रहाध्यक्ष भी बहुत बुद्धिमान्। अखबारके दफ्तरमें चौबीसों घण्टे समाचारोंके रूपमें और दिनमें २-२ बार डाकसे पत्र-पत्रिकाओं, पुस्तकोंके रूपमें ज्ञान-विज्ञानकी सामग्री आती रहती है। आते ही उसे विषयके अनुसार विभाजित कर तुरत फाइल करना संग्रहाध्यक्षका काम है, जब भी किसी विषयके निर्देशके लिए सम्पादकीय विभागसे पूछताछ हो संग्रहाध्यक्षको तुरत उस विषयकी सारी बातें प्रस्तुत करनी पड़ती हैं।

संग्रहमें पुस्तकोंके अतिरिक्त दुनिया भरके अखबारोंकी कतरनें भी रखनी पड़ती हैं। संग्रहके लिए स्थान अच्छा और सुरक्षित होना चाहिये। निर्देश या संदर्भकी पुस्तकें भी यथेष्ट रखनी चाहिये। निर्देश-पुस्तकोंमें शब्दकोश, ज्ञानकोश, चरित्र-ग्रन्थ, व्यक्ति-परिचय-संग्रह, इतिहास, भूगोल, विज्ञान आदि ग्रन्थ अधिकसे अधिक होने चाहिये। देशमें लागू कानूनोंका संग्रह, विधान, पार्लमेण्ट और विधान सभाओंकी

आधिकारिक रिपोर्टें, सरकारी विभागोंकी रिपोर्टें आदि भी पूरी-पूरी रहनी चाहिये।

विभिन्न समाचारपत्रोंकी जरूरी कतरनोंके अतिरिक्त सरकारोंकी तरफसे जो रोज-रोज बुलेटिनें निकलती हैं उनका संग्रह भी विषयके विभागसे होना चाहिये। देशकी राजधानीमें विदेशी दूतावास रहते हैं, उनकी ओरसे भी बुलेटिनें निकाली जाती हैं। विभिन्न संस्थाओंकी ओर से और संयुक्तराष्ट्र संघके दफ्तरसे भी बुलेटिनें और रिपोर्टें निकलती हैं। इनका संग्रह भी रखना चाहिये।

अच्छे अखबारके दफ्तरमें रोज पचीसों अखबार और पत्रपत्रिकाएँ आती हैं। उनकी फाइलें रखनी पड़ती हैं। समालोचनाके लिए पुस्तकें भी आती हैं। उनकी सूची रखना और पुस्तकोंकी समालोचनामें साहित्य-सम्पादककी सहायता करना भी संग्रह विभागका काम हो जाता है।

चित्र-फोटो-ब्लाक

अखबारके दफ्तरमें कई संग्रह रहते हैं। साहित्यके उपर्युक्त संग्रहके अलावा दूसरा संग्रह चित्रों-फोटोका और ब्लाकोंका रहता है। लाइब्रेरी की तरह इसकी भी विभागवार सूचियाँ रखनी पड़ती हैं। फोटो-ब्लाक संग्रह विभागको भी आवश्यक ब्लाक और फोटो तुरत निकालकर देना पड़ता है।

बड़े अखबारोंमें संग्रह विभागमें २०-३० तक कर्मचारी रहते हैं। सवेरे निकलनेवाले अखबारोंके लिए दिनमें ९ बजेसे रातमें २-३ बजेतक बराबर काम होता रहता है।

सम्पादकीय विभागके सुसंचालनके लिए कई व्यवस्था-कर्मचारी भी रखने पड़ते हैं। सम्पादकीय विभागका पत्र-व्यवहार कम नहीं रहता। वस्तुतः अखबारकी प्रगति सम्पादकीय विभागके पत्र-व्यवहारकी प्रगतिसे आँकी जा सकती है। विभागमें बाहरसे जितनी सामग्री आती है और बाहर जो कुछ जाता है उसका सारा लेखा-जोखा और हिसाब-किताब

इन कर्मचारियोंको रखना पड़ता है। थोड़ेमें इनके काम ये बताये जा सकते हैं—

(१) रोज आनेवाली डाक, समाचारके पैकेट, तार, अखबार तथा अन्य साहित्य छाँटकर यथास्थान शीघ्रातिशीघ्र पहुँचाना।

(२) संवाददाताओंकी सूची, रजिस्टर रखना, उनसे चिट्ठी-पत्री, उनके समाचारोंका हिसाब, उनके तारोंका हिसाब, उनके अन्य खर्चों, बिलोंका हिसाब रखना।

(३) अस्वीकृत लेखोंको वापस करना। स्वीकृत लेखोंके सम्बन्धमें उत्तर देना।

(४) साधारण पत्र-व्यवहार।

(५) पत्रव्यवहारकी फाइलें ठीक तरहसे रखना। समाचारपत्रके कार्यालयमें कानूनी कारवाई करनेकी धमकी देनेवाली नोटिसें बहुत आती हैं। आते ही उनका तुरत उत्तर देना पड़ता है। इसकी व्यवस्था अच्छी रखनी पड़ती है। क्योंकि लापरवाहीके कारण या आलस्यके कारण कोई उत्तर न गया तो मामलेमें कानूनी कोई दम न रहने पर भी पत्र व्यर्थकी परेशानीमें पड़ सकता है।

(६) छपे लेखोंकी कतरनें या पत्रकी प्रतियाँ लेखकोंके पास भेजना।

(७) छपे लेखोंके पारिश्रमिकका हिसाब तैयार कर अर्थ विभागको देना।

तीसरा भाग

यन्त्र-सामग्रीसे पत्र-निर्माण और पत्र-वितरण

छपाई विभाग

सम्पादकीय विभाग जब सामग्री तैयार कर देता है तब यन्त्रोंकी सहायतासे पत्रका कम्पोज, छपाई आदिका काम शुरू होता है। सम्पादकीय विभागमें यन्त्रोंसे कम और मस्तिष्कसे ज्यादा काम होता है। निर्माण विभागमें मस्तिष्कसे अधिक हाथ, मशक्कत और यन्त्रोंसे काम लिया जाता है। विज्ञानमें जैसे-जैसे प्रगति होती जाती है निर्माण-विभागको भी उसका साथ देना पड़ता है। निर्माण-विभागको अब परमाणुशक्ति, जेट-सञ्चालन और टेलिविजन पर भावी आयोजनकी दृष्टिसे नजर रखनी पड़ रही है।

निर्माण विभागके कार्यका विभाजन इस प्रकार किया जा सकता है—

(१) सम्पादकीय सामग्रीका कम्पोजके लिए वितरण।

(२) कम्पोज।

(३) सामग्री और चित्रों-ब्लाकोंसे पेज बनाना।

(४) पेज शीशेमें 'कास्ट' करना (जहाँ रोटरी नहीं है उन छोटे पत्रोंमें यह नहीं करना पड़ता।)

(५) छपाईके यन्त्र तैयार रखना और अच्छी छपाई करना।

सम्पादकीय विभागसे 'कापी' एक साथ नहीं आती। थोड़ी-थोड़ी करके दी जाती है। कापीपर संकेतमें अक्षरों और अङ्कोंसे यह लिखा रहता है कि यह सामग्री किस पृष्ठके लिए है। बड़े कार्यालयोंमें यन्त्रोंकी नलियोंसे यह कापी कम्पोज-घरमें भेजी जाती है। छोटे कार्यालयोंमें चपरासी या लड़के यह काम करते हैं।

कम्पोजविभागका फोरमैन इन कापियोंको कम्पोजीटरोंमें या यदि लाइनो, मोनो, इण्टर टाइप या लुडलो मशीनें हों तो उनको चलानेवाले आपरेटरोंमें बाँटता है।

यन्त्रीकरण

पत्रकारकलामें यन्त्रीकरण बहुत तेजीसे हो रहा है। बड़े अखबारोंमें कम्पोजका काम अब यन्त्रोंसे होता है। देवनागरीके यन्त्र अभी नहीं बने हैं या जो बने हैं वे सर्वाङ्गसम्पूर्ण नहीं हैं, पर बड़े अँगरेजी अखबारोंमें अब कम्पोजका सारा काम यन्त्रोंसे होता है।

लाइनो टाइप—लाइनो टाइप मशीनोंमें टाइपराइटर जैसा की-बोर्ड होता है। इसके अक्षरोंको दबानेसे मैट्रिसोंकी पंक्ति बन जाती है और फिर उससे टाइपकी लाइन पूरी ढलकर मिल जाती है। काम होनेपर ये मैट्रिसें फिर मैगजीनमें अपनी जगह जाकर जमा हो जाती हैं।

मोनो टाइप—मोनो टाइप मशीनके दो भाग होते हैं। पहले भागमें केवल की-बोर्ड होता है जिससे कागजके एक फीतेमें अक्षरोंके चिह्नके अनुसार छेद होते हैं। फिर यह फीता कास्टर मशीनपर लगाया जाता है। हवाके दबावसे इच्छित मेट्रिस मिलती है और टाइप ढलकर एक-एक टाइपसे पंक्ति या लाइन बन जाती है। इसका उपयोग अखबारोंके लिए अधिक नहीं किया जाता।

इण्टर टाइप—यह भी लाइनो टाइपकी तरह होता है।

लुडलो—इसमें मेट्रिसें हाथसे पंक्तिबद्ध कर फिर टाइप ढालते हैं। शीर्षक आदि बड़े टाइप बनानेमें यह अधिक काममें लायी जाती है।

टेलिटाइपसेटर—एक दूरके स्थानपर टाइप करनेपर दूसरे स्थानपर अपने आप सामग्री कम्पोज हो जाती है।

वेरी टाइपर—कई मेलके टाइप एकही मशीनपर ढाले जा सकते हैं।

समाचार-लेख आदि सम्पादकीय सामग्री हाथसे टाइप रखकर या यंत्रोंसे कम्पोज हो जाती है। प्रूफ प्रेसपर उसका प्रूफ उठाया जाता

है और कापीके साथ प्रूफ, प्रूफ-रीडरोंके पास भेजा जाता है। अशुद्धियाँ ठीक कर प्रूफ-रीडर प्रूफ वापस कम्पोजघरमें भेजते हैं जहाँ मैटर शुद्ध किया जाता है और पृष्ठ बनानेवाले 'मेक-अप' मैनको दे दिया जाता है। जैसे-जैसे पत्र छपनेका समय नजदीक आता जाता है, जरूरी कापी तेजीसे आने लगती है। फोरमैन अपनी बुद्धि लड़ाकर जरूरी कापीको कम्पोजके लिए अलग-अलग छोटे-छोटे टुकड़ोंमें बाँट देता है और इस प्रकार एक बड़ा लेख भी १५ मिनटमें कम्पोज हो जा सकता है।

पृष्ठ बनानेवालेके पास सम्पादकीय विभाग कागजपर पृष्ठका नमूना बनाकर भेजता है या विभागका एक आदमी खुद पृष्ठ बनानेवालेके पास खड़ा होकर पृष्ठ बनवाता है। पृष्ठमें जितने चित्र दिये जानेवाले होते हैं उनके ब्लाक भी बनकर पृष्ठ बनानेवालेके पास पहुँच जाते हैं।

चित्रोंके ब्लॉक बनाना

ब्लाक बनानेकी क्रियाके आविष्कारके कारण चित्र और आकृतियाँ छापना आसान हो गया है।

ब्लाक बनानेकी विधि संक्षेपमें इस प्रकार बतायी जा सकती है—ब्लाक बनानेवाले विभागको प्रोसेस इनग्रेविंग विभाग कहते हैं।

ब्लाक बनानेके लिए पहले अन्धेरेमें सिल्वर नाइट्रेट लगी काँचकी प्लेटपर चित्रका इच्छित आकारमें फोटो उतारा जाता है। फोटो उतारते समय प्लेटके आगे एक जाली रख दी जाती है। काँचकी दो प्लेटोंपर इस कोनेसे उस कोनेतक सीधी लकीरें खींची रहती हैं। एक प्लेटपर जिस प्रकार लकीरें होती हैं दूसरीपर उससे ९० डिग्रीका कोण बनानेवाली लकीरें होती हैं। जब दोनों प्लेटें एक दूसरीपर जोड़ दी जाती है तब जालीदार प्लेट बन जाती है। ब्लाक बनानेवाली जालीदार प्लेटमें १ इंचमें ६५-७० तक लकीरें रहती है। अखबारमें इस्तेमाल होनेवाले कागज और छपाईकी गतिपर जालीकी लाइनोंकी संख्या निर्भर करती है। सिल्वर नाइट्रेट प्लेटके पास यह जाली

रखनेसे प्लेटपर चित्रकी फोटो जालीके बीचके छोटे-छोटे नुक्तोंमें या बिन्दुओंमें आ जाती है।

फोटोकी नेगेटिवकी तरह नाइट्रेटकी प्लेट भी डेवलप और फिक्स की जाती है। कापर सल्फेट (तूतिया), सिल्वर नाइट्रेट और पोटैशियम आयोडाइडके घोलोंमें अलग-अलग धोकर नेगेटिव और चमकीला किया जाता है।

अमोनिया बाइक्रोमेट लगी जस्तेकी प्लेटें भी अन्धेरेमें तैयार रखी जाती हैं। जस्तेकी (जिंक) प्लेटपर नेगेटिव रखकर ४ मिनटतक तेज रोशनी अथवा धूपमें जस्तेकी प्लेट एक्सपोज की जाती है। बादमें अन्धेरे कमरेमें जस्तेकी प्लेट पानीकी तेज धारासे धोयी जाती है। इससे बिन्दुओं-के बीचका मसाला धुल जाता है क्योंकि उसपर रोशनी नहीं पड़ी रहती। इसके बाद प्लेट बैगनी रंगमें रँगी जाती है जिससे बिन्दु साफ नजर आने लगते हैं। अनन्तर प्लेट गरम की जाती है और ठण्ढी की जाती है। इससे प्लेटका मसाला एनामलकी तरह कड़ा हो जाता है। प्लेट इसके बाद एसेटिक एसिड और नमकसे धोयी जाती है जिससे नुक्तोंके बीचका सब मसाला हट जाता है। इसके बाद प्लेट एसिडकी एचिंग मशीनमें रख दी जाती है जिससे नुक्तोंकी बीचका सब खुला जस्ता धुल जाता है।

इसके बाद इस हाफटोन प्लेटके चित्रके काले भागको रँगकर एसिडप्रूफ मसालेसे फिर एचिंग की जाती है। बचे हुए नुक्तोंकी फिर एचिंग होती है जिससे ब्लाक साफ और तेज हो जाता है। यह प्लेट फिर ठीक आकारमें काटकर लकड़ी या धातुपर जड़ी जाती है और ब्लाक छापनेके लिए तैयार हो जाता है।

लाइन ब्लाक—पहले ब्लाक लकड़ी कुरेदकर बनाये जाते थे। अब मसालेसे जस्ते या ताँबेके प्लेटपर फोटोसे बनाये जाते हैं। जिन आकृतियों, नकशों आदिमें केवल सफेद कागजपर काली रेखाओंकी आकृतियाँ रहती हैं उनसे लाइन ब्लाक बनाये जाते हैं। लाइन ब्लाकमें

भी आवश्यकताके अनुसार गाढ़ापन लानेके लिए जाली आदिसे टिण्ट दिया जा सकता है।

हाफटोन—फोटो छापनेके लिए हाफटोन ब्लाक बनाने पड़ते हैं। ये लाइनोंसे नहीं, पर डाट या छोटे-छोटे बिन्दुओंसे बनते हैं। अखबारी कागजका खुरखुरापन, छापनेकी गति आदि बातोंपर बिन्दुओंका गाढ़ापन या स्क्रीनका माप निर्भर करता है।

रोटोग्रेवर—हाफटोन ब्लाकोंमें जो चीज काली छापनी हो वह बिन्दुओंकी बनती है और बिन्दुओंपर स्याही लगकर कागज़पर छपता है। रोटोग्रेवरमें जो चीज काली छपनी हो वह ब्लाकमें उभड़ी नहीं रहती, दबी रहती है। स्याही इसमें भरती है और उससे कागजपर छपता है।

फोटो लीथोग्राफी—इसमें छपनेकी चीज सपाट सतहपर बनायी जाती है। इसका अक्स रोलोंपर आता है और रोलोंसे चित्र कागजपर छपता है।

स्टीरियो

रोटरी मशीनोंपर छपनेवाले अखबारोंके लिए टाइप और चित्रोंके पृष्ठोंके फार्मकी अर्द्धगोल प्लेटें बनानी पड़ती हैं। ये प्लेटें रोटरी मशीनके सिलिण्डरपर लगा दी जाती है और उसीसे अखबार छपता है।

टाइपके पृष्ठोंसे प्लेटें बनानेकी क्रियाको स्टीरियो मेकिंग कहते हैं। टाइपके फार्मपर पहले ·०३५ इंच मोटी खास तरहकी दफ्ती, जिसे फ्लांग पेपर कहते हैं, रखी जाती है और दाबनेकी मशीन (हाइड्रालिक प्रेस) से १ इञ्चमें २००० पौंडतक दाब उसपर दिया जाता है। इससे टाइपके पृष्ठका हूबहू मोल्ड उठ आता है। यह मोल्ड फिर मोड़कर इसीसे प्लेटें बनती हैं। यह काम इतनी जल्दी होता है कि एक मिनटमें २ से ४ तक प्लेटें बनती हैं।

स्टीरियोकी खोजसे अखबारोंका काम बहुत आसान हो गया है। पुट्ठेपर या फ्लांगपर नकशा उतारनेके बाद कम्पोज पृष्ठ खाली हो

जाता है। उसमें तुरत नयी खबरें देकर परिवर्तन किया जा सकता है। एक फ्लांगसे कई प्लेटें बनायी जा सकती हैं और एक ही अखबार कई मशीनोंपर एक साथ छप सकता है। इससे लाखोंकी संख्यामें मिनटोंमें अखबार छापना और जल्दी-जल्दी ताजे समाचार देकर संस्करण बदलना और छपते-छपते आये समाचार देना सम्भव हुआ है।

छोटी स्टीरियो प्लेटें बननेसे विज्ञापन एक ही तरहके और सुन्दर बनने लगे हैं।

रोटरी मशीनें

रोटरी मशीनोंमें गोल लपेटा हुआ कागजका रोल लगाया जाता है। यह कागज सिलिण्डरोंपर लपेटकर आता है और पृष्ठोंके प्लेटके सिलिण्डरके पास ये कागजके सिलिण्डर आते हैं तब मुद्रण होता है। प्लेट सिलिण्डरपर एक-एक सिलिण्डरपर ८–८ प्लेटें होती हैं। रोलोंसे स्याही लगती है।

अखबारोंकी ग्राहक-संख्या कम हो तो छोटी मशीनें इस्तेमाल की जाती हैं। टाइपके पृष्ठोंसे ही छापनेवाली मशीनोंको फ्लैट बेड सिलिण्डर मशीन कहते हैं। इसमें कागजके ताव हाथसे लगाने पड़ते हैं। अपने-आप कागजके ताव लगानेवाली आटोमेटिक सिलिण्डर मशीनें भी निकली हैं। ताववाले कागजसे रोलवाला कागज ज्यादा सस्ता पड़ता है। ऐसी भी फ्लैट बेड मशीनें बनी हैं जिनमें कागज तो रोलका लगता है, पर फर्मा टाइपका ही लगता है, रोल प्लेटें बनानेकी आवश्यकता नहीं रहती।

रोटरीसे कागजके दोनों ओर छपता है। अखबारके आकारमें कागज कटता चलता है, मुड़ता है और तैयार अखबार मशीनके बाहर निकलता है। जितने अखबार छपे उनको गिननेवाली मशीन भी उसीमें लगी रहती है। सिलिण्डरके एक चक्करमें ८ पृष्ठके २ अखबार या ४ पृष्ठके ४ अखबार छप सकते हैं। बड़े यन्त्रोंमें एक घण्टेमें ५० हजार तक अखबार छपते हैं। कई मशीनें एक साथ चलाकर लाखों अखबार घण्टेमें छप सकते हैं।

छापनेवाली मशीनोंकी गतिमें यह प्रगति पिछले केवल २०० सालमें हुई है। दो सौ साल पहलेकी मशीनोंपर घण्टेमें केवल १०० प्रतियाँ छपती थीं। अब एक मशीनपर घण्टेमें ६० हजार तक प्रतियाँ छप सकती हैं।

यूरोपमें अखबार छापनेवाली सबसे बड़ी मशीन मैनचेस्टरमें है। इसमें कई यूनिट हैं और सब मिलाकर एक घण्टेमें १२ पृष्ठके २० लाख अखबार छाप देती है। एक घण्टेमें १५० टन अखबारी कागज और ४ टन स्याही खतम हो जाती है।

एशियामें सम्भवतः बम्बईके टाइम्स आफ इण्डियाके पास सबसे बड़ी मशीन है। जून १९५२ ई० में यह लगायी गयी। इसमें ८-८ पृष्ठके ४ फोल्डर हैं। प्रति घण्टे १ लाखसे २ लाख तक प्रतियाँ छप सकती हैं। कागज फटनेपर मशीन अपने आप रुक जाती है। नयी रीलें चढ़ानेके लिए मशीन रोकनी नहीं पड़ती। पृष्ठोंकी स्टीरियो प्लेटें बनानेकी मशीन दो मिनटमें तीन प्लेटें बिलकुल तैयार कर देती है।

छपाईकी मशीनके कई यूनिट होनेपर रंगीन छपाई आसान होती है। एक यूनिटपर एक-एक रङ्ग देकर एक साथ कई रङ्गमें अखबार छपकर मिल जाता है। लोकप्रियताकी दृष्टिसे अब भविष्यमें अखबारोंको सचित्र बनानेपर और रङ्गीन करनेपर अधिकाधिक ध्यान दिया जायगा।

सम्पादकीय विभागके पत्रकार सदस्योंकी सामग्री और विज्ञापन-विभागके विज्ञापन मिलनेके बाद छपाई विभागके लाइनो टाइप आपरेटर, हाथसे कम्पोज करनेवाले, प्रोसेस विभागवाले, स्टीरियो बनानेवाले, मशीनमैन, इञ्जीनियर और बिजली-मैकेनिक मिलकर समाचारपत्र छापकर तैयार कर देते हैं।

छपाईके बाद वितरणका काम होता है। वितरण-व्यवस्थापर विचार करनेके पहले मुद्रणकलामें हो रही क्रान्ति, अखबारी कागज और विज्ञापनके सम्बन्धमें कुछ बातें जान लें।

मुद्रण-कलाके विकासका इतिहास

मुद्रण-कलाका वैज्ञानिक विकास यद्यपि यूरोपमें हुआ, पर इस कलाका उद्‌गमस्थान चीनमें है। ईसाके पहले ११२२-२५८ में चीनी बादशाहोंकी बहादुरीके वर्णन खोदकर रखे हुए मिलते हैं।

संसारके पहले मुद्रक उस चीनी पुरुषका नाम लोग नहीं जानते, पर उसने लकड़ीके एक चिकने टुकड़ेपर डिजाइन खुरेदकर बनायी थी। स्याहीकी तरह कोई पदार्थ उसपर पोतकर उसपर कागज दबाकर, जो शायद उसीने बनाया था, वह चित्र छापा करता था। एक छपा कागज निकालकर फिर दूसरेपर चित्र छापा जाता था। इस तरह मुद्रणकलाका आविष्कार हुआ।

इसके बाद सदियोंतक 'सर्वकलाकी रक्षक इस कला'में कोई अधिक सुधार नहीं हुआ।

टाइपका सर्वप्रथम प्रयोग यूरोपमें ही सन् १४४० के लगभग हुआ। भारतमें पहली छपी किताब पुर्तगीज भाषामें थी जिसमें प्रश्नोत्तरके रूपमें ईसाई धर्मका वर्णन किया गया था। मराठी भाषाकी पहली छपी किताब सन् १६१६ में छपी। यह ओवी छंदमें बाइबिलका अनुवाद था। लिपि रोमन ही थी। सन् १७९३ में बम्बईमें अंग्रेजी भाषाकी पहली पुस्तक छपी।

१५ वीं सदीमें जोहान गुटेनबर्गने पहला 'प्रेस' बनाया जो कागजको टाइपोंपर दबाता था। पहली किताब इसी तरह छपी। गुटेनबर्गके २५० साल बाद बजामिन फ्रैंकलिनने फिर वैसा ही एक प्रेस चलाया। सन् १७९८ तक लकड़ीके प्रेस बनते थे, उस साल लोहेके प्रेस पहले-पहल बने।

सन् १८१६ तक प्लेट उठाने-गिरानेके लिए स्क्रूका उपयोग किया जाता, सन् १८२७ में लीवर-युक्त पहली मशीन बनी। इसे वाशिंगटनका हैण्ड प्रेस कहते हैं और आजकल ऐसी ही मशीनोंपर प्रूफ उठाये जाते हैं। सन् १८३४ में भापसे चलनेवाला पहला प्रेस बना जिसे एडम्स प्रेस कहते हैं। यह घण्टेमें [redacted] १००० कागज छापता था।

× × ×

सन् १८१२ में इंग्लैंडमें पहला सिलिण्डर प्रेस बना। इसीमें सुधार होते-होते आजके सिलिण्डर प्रेस बने हैं। सन् १८१४ में 'लन्दन टाइम्स' सिलिण्डर प्रेसपर घण्टेमें ८०० प्रतियोंके हिसाबसे छपता था। इसके बाद गति बढ़ानेकी कोशिश शुरू हुई। दो सिलिण्डरकी मशीन बनी जिसमें दो आदमी कागज लगाते थे। इससे गति दूनी यानी ४००० प्रतियाँ प्रति घण्टेतक हो गयी। पर अखबारोंको और भी तेज मशीनोंकी आवश्यकता थी। सन् १८४५ में 'टाइप रिवाल्विंग' प्रेस बने। इसमें बीचवाले सिलिण्डरमें टाइप लगाये जाते रहे और चारों तरफ कागज लगानेके सिलिण्डर घूमते थे। कागजवाले सिलिण्डरोंकी संख्या बढ़ाकर घण्टेमें २० हजार प्रतियाँ छापनेवाली मशीनें बनायी गयीं।

× × ×

इसके बाद स्टीरियो बनना शुरू हुआ। कागजके मेट्रिस बनाकर सिलिण्डरोंपर चढ़ाकर 'न्यूयार्क हेराल्ड' और 'लन्दन डेली टेलिग्राफ' छापे जाने लगे। सन् १८६५ में विलियम बुलाकने कागजके दोनों ओर एक साथ छापनेवाला प्रेस बनाया। सन् १८६८ में 'लन्दन टाइम्स' रोल कागज पर छपने लगा। इसमें छपाईके बाद शीट फाड़े जाते थे। कागजके दोनों ओर छापनेके लिए जल्दी सूखनेवाली 'नान आफसेटिंग' स्याहियाँ बनायी गयीं।

× × ×

आधुनिक ढंगका पहला प्रेस लन्दनके 'लायड्स वीकली न्यूजपेपर' के लिए सन् १८७१ में बना। यह पत्र रोल कागजसे दोनों तरफ एक साथ

और स्टीरियो सिलिण्डर प्लेटोंसे छपता था। अमेरिकामें 'न्यूयार्क ट्रिब्यून' में पहला ऐसा प्रेस लगा। छपनेकी गति घण्टेमें १२ से १८ हजारतक थी। मोड़ना हाथसे पड़ता था। सन् १८७५ में छापने और मोड़नेवाली दोनों मशीनें एक ही मशीनमें फिट की गयीं। सन् १८८१ में पहला 'त्रिकोण फार्मर' बना जिससे मोड़नेका काम और तेज होने लगा।

आजकल कई मशीनें एक साथ एकमें ही जोड़कर लाखों प्रतियाँ छापी जाती हैं। कई रंग एक साथ छापनेकी भी व्यवस्था हो गयी है।

× × ×

सन् १९५१ में पत्र-प्रकाशन उद्योगमें एक अति महत्त्वकी नयी बात हुई। ६० साल पहले जैसे लाइनो टाइप मशीन शुरू हुई और पत्र-मुद्रणमें महत्त्वका परिवर्तन हुआ उसी प्रकार यह नया परिवर्तन था। यन्त्रीकरण की दोड़में टेलिटाइपसेटर नामकी एक नयी मशीन बन गयी थी। टेलिप्रिण्टर और मोनोटाइप मशीनोंकी यह संयुक्त मशीन ही समझिये। समाचार-समितियोंके कार्यालयमें एक आपरेटर टेलिप्रिण्टरपर समाचार टाइप करता है। इससे एक टेपमें छेद होते चलते हैं जो तारके जरिये समाचारपत्रके दफ्तरमें रखे रिसीवर री-परफोरेटर यन्त्रमें नया टेप तैयार करते हैं। यह टेप कम्पोज मशीनमें लगाया जाता है जिससे समाचार कम्पोज हो जाते हैं।

टेलिटाइपसेटर यन्त्रीकरण अमेरिकामें बहुत तेजीसे हो रहा है। अमेरिकाके [redacted] १७८६ दैनिकोंमेंसे ९०० पत्रोंके कार्यालयोंमें दो सालमें ही ये यन्त्र लग गये हैं और इन कार्यालयोंमें अमेरिकाकी तीनों समाचार-समितियोंके समाचार टेलिटाइपसेटरोंपर ही आने और कम्पोज होने लगे हैं। टेलिटाइपसेटरोंके साथ टेलिप्रिण्टर मशीन भी रहती है ताकि सम्पादक यह पढ़ सकें कि क्या समाचार आ रहे हैं। सम्पादक लोग टेपोंका सम्पादन कर आवश्यक समाचार कम्पोज कराते हैं। अमेरिकन फीचर कम्पनियाँ अपने लेख भी अब टाइपराइटरसे टाइप करके न भेजकर उनके टेप ही भेजती हैं। कम्पोजीटरोंकी जगह अब टाइपिस्ट ले रहे हैं।

अखबारी कागज

भारत घोषणा कर चुका है कि वह पूर्ण लोकतन्त्रात्मक देश होगा। और लोकतन्त्र उसी देशमें सफल होता है जिस देशके नागरिक सभ्य, शिक्षित, अपने अधिकार जाननेवाले, उत्तरदायित्वका अनुभव करनेवाले और एक हद्तक स्वयं अपने ऊपर अनुशासन लाद लेनेवाले होते हैं।

हमारे देशमें ऐसे नागरिक किस प्रकार तैयार हो सकते हैं ? इसके लिए सुयोग्य शिक्षाकी आवश्यकता होगी। शिक्षा आजकल पुस्तकों और अखबारोंसे दी जाती है। शिक्षाका सबसे बड़ा साधन यही है। हमारा देश बहुत गरीब है। पुस्तकें और अखबार यदि हम यथा-सम्भव कम दाममें सुलभ कर दें तभी इनका अधिकसे अधिक फायदा उठा सकेंगे। इसके लिए यह आवश्यक है कि ये जिस कागज-पर छपते हैं वह सस्ता होना चाहिये और अधिकसे अधिक मिलना चाहिये। अखबार सस्ता बनानेके लिए वह सफेद अच्छे कागजके बजाय सस्ते अखबारी कागजपर छापा जाता है।

दुनियामें सबसे अधिक अखबारी कागज अमेरिकाको मिलता है, पर वह भी अभी पूर्ण लोकतन्त्रात्मक नहीं है। वहाँ प्रति मनुष्य प्रति वर्ष लगभग ७० पौण्ड या ३५ सेर अखबारी कागज खर्च होता है। दुनिया भरमें कुल मिलाकर जितना अखबारी कागज बनता है वह ऊपरके अमेरिकावाले हिसाबसे भी केवल २० करोड़ लोकतन्त्र-प्रेमियोंके लिए काफी होगा। दुनियाकी आबादीका शेष २ अरब जनसमूह क्या ताना-शाहीका पूजक बनेगा ? अखबारी कागजकी कमीकी समस्या संसारकी वर्तमान वेदनाओंके मूल कारणोंमेंसे एक समझनी चाहिये। संयुक्त राष्ट्र-

संघकी शिक्षा-सामाजिक-सांस्कृतिक समितिने इसीलिए कहा है कि मुद्रण-स्वातन्त्र्यका प्रश्न तो पूर्ण रूपसे अखबारी कागजके उत्पादन और वितरणका प्रश्न है।

सन् १९३८ में दुनिया भरमें ८२ लाख टन अखबारी कागज बना। सन् १९४६ में ६८ लाख टन बना। उत्पादनमें १४ लाख टनकी यह कमी होनेके चार कारण बताये गये थे—१—कोयलेकी कमी, २—प्लास्टिक, रेयन और नकली सूत बनानेके लिए लकड़ीका इस्तेमाल, ३—कोयलेकी कमीके कारण लकड़ीका ईंधनके रूपमें बढ़ा हुआ इस्तेमाल, युद्धक्षतिके कारण गृहनिर्माणमें अधिक लकड़ी खर्च होना तथा ४—जर्मनी और जापानके कारखाने नष्ट होनेसे १० प्रति शत उत्पादन कम होना। (याद रहे, लकड़ीके गूदेसे अखबारी कागज बनता है।)

इधर उत्पादन घटता जाता है और उधर कागजकी आवश्यकता बढ़ती जा रही है। दुनियामें सन् १९४८ में १ करोड़ २ लाख ८ हजार टन कागजकी मांग थी।

भारत, चीन तथा एशियाके अन्य देशोंमें साक्षरताका प्रचार व्यापक रूपसे होता जा रहा है। इससे तो कागजकी आवश्यकता और भी बढ़ जाती है।

उत्पादनकी कमी तो है ही, पर ऊपरसे वितरणका ढंग भी बहुत ही बेढंगा है। देशोंकी आवश्यकता नहीं देखी जाती, जनताकी शिक्षा की आवश्यकता और दुनियामें विभिन्न देशोंकी आर्थिक, सामाजिक और सांस्कृतिक स्थिति तथा विकासावस्था नहीं देखी जाती। इससे वितरण कितना दोषपूर्ण होता है यह देखना हो तो नीचे लिखे आँकड़े देखिये।

अखबारी कागजका खर्च प्रति मनुष्य प्रति वर्ष—

	सन् १९३९ के पहले	सन् १९४८ में
संयुक्तराष्ट्र अमेरिका	६२ पौंड	७८ पौंड
ब्रिटेन	६४	१८

रूस	३॥ पौण्ड	३॥। पौण्ड
पोलैण्ड	३	४
बेलजियम	२१	१९
स्विटजरलैण्ड	२३	२५
स्वीडन	३१	४२
इटली	४	३
आस्ट्रिया	९	८
जर्मनी	१०॥	९
और भारत	३½ औंस !!	

हिन्दुस्तान-पाकिस्तानके ४० करोड़ आदमियोंके लिए उतना ही अखबारी कागज मिलता है जितना न्यूजीलैण्डके १५ लाख आदमियोंके लिए मिलता है।

भारतमें २९० आदमियोंके पीछे १ अखबार छपता है। डेनमार्कमें हरएक नागरिकके हिसाबमें ५ छपे पृष्ठ आते हैं। पेरू, कनाडा और अर्जेण्टीनामें दैनिकोंके २०–२० पेज रहते हैं तो ब्रिटेन-फ्रान्सके अखबार ४-४ ही पृष्ठ दे पाते हैं।

युद्धकालमें अन्य देशोंमें कागजका खर्च जबरदस्ती कम किया गया, पर अमेरिका-कनाडामें वह घटनेके बजाय और बढ़ा है।

भारतमें अखबारी कागज बिलकुल नहीं बनता। यहाँ कागजकी १६ मिलें हैं। सन् १९४४ में उनमें १०,०३,८८४ टन कागज बना, पर यह सफेद चिकना तथा अन्य प्रकारका था। अखबारी कागज बनानेकी लकड़ी इस देशमें नहीं होती, यह बात नहीं, पर कहा जाता है कि जब-तक कमसे कम २० हजार टन प्रति वर्ष उत्पादन करने लायक बड़ा कारखाना न बनाया जाय तबतक वह सस्ते और विदेशोंसे मुकाबला करने लायक दाममें कागज नहीं बना सकता। यह भी कहा जाता है कि कागज बनानेकी लकड़ी आवश्यक मात्रामें यहाँ नहीं होती और जहाँ कुछ थोड़ी लकड़ी होती है वहाँ कारखाना खड़ा करने लायक स्थान

तथा अन्य सहूलियतें नहीं थीं। लकड़ी सस्ती भी नहीं पड़ती थी। देहरादूनके फारेस्ट रिसर्च इन्स्टीट्यूटमें इस विषयपर सन् १९०८ से ही बराबर शोधका काम जारी रहा।

भारतमें भी ५ करोड़की पूंजीका एक कारखाना अखबारी कागज बनानेके लिए मध्यप्रान्तकी सरकारकी सहायतासे तासीकी घाटीमें बन रहा है। इसका नाम दि नेशनल न्यूज प्रिण्ट ऐण्ड पेपर मिल्स लिमिटेड रखा गया है।

भारत सरकारने अपनी पहली पञ्चवार्षिक योजनामें भी भारतमें अखबारी कागज बनानेकी आवश्यकतापर ध्यान दिया है। मध्यप्रदेशके NEPA नेपा मिल्समें भारत सरकारने कारखाना शुरू करनेके लिए मध्यप्रदेश सरकारको सहायता देना स्वीकार कर लिया है। १ अप्रैल सन् १९५१ तक इसमें २ करोड़ २४ लाख ९० हजार रुपया लग चुका था। अगला कार्यक्रम इस प्रकार था—पूँजी, १९५१-५२—९१ लाख, १९५२-५३—८९ लाख और १९५५-५६ कुल नयी पूँजी २ करोड़। आशा प्रकट की गयी है कि १९५४ के अन्तमें इस कारखानेसे माल निकलना शुरू होगा। सालमें ३० हजार टन कागज बनानेकी व्यवस्था इसमें होगी। (यदि रासायनिक पल्पसे कागज बनानेकी विधि यहाँ सफल हुई तो १९५३ के अन्तमें ही कागज बनना शुरू होगा।) पर जबतक पर्याप्त मात्रामें और अच्छा कागज यहाँ बनना शुरू नहीं होता, कागजका आयात बन्द न होगा और जबतक यहाँके अखबार विदेशी कागजपर निर्भर रहेंगे तबतक उनके अस्तित्वको स्थिरता प्राप्त न होगी, वे निश्चित योजनाएँ नहीं बना सकेंगे।

आवश्यकता इस बातकी है कि कागजकी और मिलें खोली जायँ। यदि कच्चा माल यहाँ नहीं मिलता तो केवल कच्चा माल ही बाहरसे मँगाया जाय और उससे यहाँ कागज तैयार किया जाय। इससे कागज

सस्ता पड़ेगा। रद्दी अखबारी कागज एकत्र कर उससे भी कागज बनाया जा सकता है।

भारतमें अखबारी कागज नहीं बनता इसलिए यहाँके अखबारोंको अपने लिए आवश्यक सारा अखबारी कागज विदेशोंसे मँगाना पड़ता है। छपाई और मजदूरीकी बात छोड़ी जाय तो एक तरहसे अखबार बिलकुल विदेशी वस्तु समझनी चाहिये। हमें प्रति वर्ष लगभग ४० हजार टन कागजकी आवश्यकता पड़ती है। इससे अधिक कागज तो अमेरिकामें, जिसकी आबादी हमारे देशकी आबादीसे आधी है, किसी एक ही बड़े अखबारको साल भरमें लग जाता है! युद्धके पहले हमारा अधिकतर कागज स्कैण्डिनेवियाके देशोंसे आता था। महायुद्धमें वह मार्ग बन्द हो गया और हमें कनाडाके कागजपर आश्रित रहना पड़ा। कनाडा में प्रति वर्ष ४३,४९,७०० टन कागज बनता है, पर इसका अधिकांश संयुक्त राष्ट्र अमेरिका ले लेता है। दुनिया भरके अखबारी कागजका उत्पादन वार्षिक १४ लाख टन घटा है, पर युद्धके बाद अमेरिकाका खर्च और भी बढ़ गया है। जहाँ वह पहले सारी दुनियामें बननेवाला आधा कागज ले लेता था वहाँ अब दो तिहाई ले लेता है। उत्पादन घटनेपर भी दुनिया भरमें इस समय कागजका कोई नया कारखाना नहीं खुल रहा है।

युद्धके पहले भारतमें औसत प्रति वर्ष ३७–३८ हजार टन कागज बाहरसे आता था। सन् १९४१-४२ में केवल २८ हजार टन और सन् १९४२-४३ में तो कुल ११००० टन कागज बाहरसे आया। सन् १९४४-४५ में २२००० टन आया। इधर युद्धके कारण समाचार-पत्रों की ग्राहक-संख्या बढ़ती रही, पर कागज ही नहीं था। सरकारने कण्ट्रोल-नियन्त्रण और वितरणकी जो व्यवस्था चलायी थी वह भी दोषपूर्ण थी। उसने पहले केवल कुछ पुराने आयातकोंको कागज आयात करनेके लाइसेंस दिये, पर इससे अव्यवस्था हुई तो अखबारोंको सन् १९४०-४१ के खर्चके आधारपर कोटा निश्चित किया गया और

आयातमें कमी होनेपर यह कोटा भी घटाया जाता रहा। सन् १९४२ में तो कोटा ८७॥ प्रतिशत तक घटा दिया गया था। छोटे अखबारोंका तो इससे मरण होनेको था, पर शीघ्र ही स्लैब सिस्टम यानी बड़े अखबारोंका अधिक और छोटे अखबारोंका कम कोटा घटानेकी पद्धति चली।

युद्धके बाद भी स्थिति सुधरी नहीं। सन् १९४६ में अखबारवालोंका एक प्रतिनिधिमण्डल कागज बनानेवाले देशोंमें भेजा गया। इस मण्डलने ३५,८२२ टन कागज प्राप्त किया और सन् १९४६ के आखीर-आखीरमें स्थिति कुछ सुधरी। १ अप्रैल सन् १९४७ को अखबारी कागजका कण्ट्रोल तो सरकारने खतम कर दिया, पर समाचारपत्रोंके आकार, पृष्ठके अतिरिक्त अखबारी कागजका अधिकसे अधिक दाम निश्चित कर दिया।

लड़ाईके पहले अखबारी कागजका दाम जहाँ ०-१-१½ प्रति पौण्ड था वहाँ सन् १९४८ में नियन्त्रित मूल्य ०-७-६ प्रति पौंड था। भारतका रहन-सहनका मान इस समय इतना ऊँचा नहीं है कि अंग्रेजी पढ़नेवाले लोग अंग्रेजी अखबारोंके लिए भी २ आने प्रतिसे अधिक खर्च कर सकें। फिर हिन्दी अखबारोंको तो और भी गरीब जनता पढ़ती है। हिन्दी अखबारोंमें टाइप आदि अधिक लगनेके कारण अंग्रेजी अखबारोंके इतना मजमून भी नहीं दिया जा सकता। हिन्दी अखबार तभी अंग्रेजी अखबारोंके बराबर मुद्रित सामग्री दे सकेंगे जब उनकी पृष्ठ-संख्या अंग्रेजी अखबारोंकी पृष्ठ-संख्यासे दूनी हो।

राष्ट्रीय और अन्तरराष्ट्रीय मामलोंमें आवश्यक विषय पूरा छापनेके लिए हिन्दी अखबार बड़ी साइजके कमसे कम १०-१२ पृष्ठ रोज दें तब काम चल सकता है। उनका दाम भी दो आनेसे अधिक नहीं रहना चाहिये। युद्धके पहले ८ पृष्ठका अखबार २ पैसेमें बिका करता था। वे दिन तो फिर कभी नहीं आ सकते, पर हमें कुछ न कुछ उपाय तो करना ही होगा। भारतकी आजकी आवश्यकता प्रति वर्ष लगभग ६०

हजार टन है, पर शिक्षा-प्रसार बढ़ रहा है और जीवन-मान भी बढ़ रहा है। ऐसी स्थितिमें शीघ्र ही हमें प्रति वर्ष १ लाख टन अखबारी कागजकी आवश्यकता पड़ेगी। सन् १९३७-३८ में भारतमें सबसे अधिक ४३,२४५ टन कागज आया था। इसका मूल्य उस समय ७८ लाख ७० हजार रुपया हुआ था।

एक आवश्यकता और है। जितना कागज बाहरसे आवे सब या तो एक कम्पनी मंगावे या यहाँ आनेपर सब एक जगह एकत्र किया जाय। ईस्टर्न न्यूजपेपर सोसाइटी इसके लिए एक कम्पनी बना सकती है। फिर यह कागज एक ही दामपर अखबारोंको उचित ढंगपर वितरण किया जाय। बात यह है कि इस समय हिन्दी तथा अन्य भारतीय भाषाओंके अखबारोंकी आवश्यकता अधिक है, पर सस्ता कागज, जो कनाडासे आता है, अधिकतर अंग्रेजी अखबार ले लेते हैं। यह अन्याय दूर होना आवश्यक है।

भारतमें न्यूजप्रिण्टका खर्च

सन् १९४२	१८००० टन	सन् १९४६	२७००० टन
४३	११००० ,,	४७	३८००० ,,
४४	१४००० ,,	४८	४५५०० ,,
४५	२३००० ,,	४९	५५००० ,,

सन् १९४८ में कागजके उत्पादक देशोंमें इस प्रकार कागज बना—

कनाडा	४६,००,५८६ टन
न्यू फाउण्डलैण्ड	३,८२,२४८
युनाइटेड स्टेट्स	८,६७,४९४
नारवे	१,६१,०००
स्वीडन	३,०३,०००
फिनलैण्ड	३,३१,०००

सन् १९४८ में दुनिया भरमें करीब ८२,६७,००० टन न्यूजप्रिंट

बनाया गया। दुनियाकी पूरी आवश्यकता करीब १,०२,००,००० टन है।

द्वितीय महायुद्धके पहले ब्रिटेनमें अखबारी कागजका दाम लगभग १० पौंड फी टन था। युद्धके बाद भाव घटनेके बजाय बढ़ता गया, अक्तूबर सन् १९५० में ४० पौंड फी टन हो गया। मार्च सन् १९५१ में तो ४६ पौंड भाव हो गया था। अप्रैलमें ६० पौंड और जुलाईमें ६७ पौंड हुआ। ७ मई सन् १९५१ को अखबारोंके दाम १ पेनीसे बढ़ाकर डेढ़ पेनी कर दिये गये।

सन् १९५० में कनाडामें ५२ लाख टन अखबारी कागज बना। इसमेंसे ९० प्रति शत सं० अमेरिकामें खर्च हुआ। सन् १९५१ में कनाडाने दूसरे देशोंको कागज देना शुरू किया पर दाम बेतहाशा बढ़ाकर यह कागज दिया गया। फ्रांस, भारत, दक्षिण अफ्रीका आदि देशोंमें कागज बहुत महँगे भावसे बेचा गया। अप्रैल सन् १९५१ में कनाडामें अखबारी कागज आवश्यक वस्तुओंमें कानूनन सम्मिलित कर दिया गया।

भारतीय न्यूजप्रिण्ट कण्ट्रोल आर्डर

भारतमें सन् १९५० में अखबारी कागजका भाव ३४ पौंड प्रति टन था। वह तेजीसे बढ़ने लगा, इसलिए २६दिसम्बरको सरकारने अखबारों-के अधिकतम पृष्ठ निर्धारित कर दिये। मई सन् १९५१ में १२० पौण्डसे भी कागज दुर्लभ हो गया। २ अप्रैल सन् १९५१से अखबारी कागजका नियन्त्रण करनेके लिए एक सरकारी आदेश लागू किया गया जिससे अखबारों की पृष्ठ-संख्या और मूल्य निर्धारित किया गया था। बादमें अखबारी कागज उचित मूल्यपर सुलभ्य होनेके कारण यह कानून चला नहीं और ११ सितम्बर सन् १९५२ को सरकारने इसे वापस ले लिया। सन् १९४७ में जारी किया गया कण्ट्रोल आर्डर न्यूजप्रिंट एडवाइजरी कमेटीकी सिफारिशपर १४ जून सन् १९४९ को ही वापस ले लिया गया था।

स्थिति सुधरी

अखबारी कागजकी स्थिति इधर काफी सुधर गयी है। महायुद्धके बाद पहली बार सन् १९५२ में उतना कागज बना जितनेकी आवश्यकता थी। उस साल दुनिया भरमें मिलाकर १,०६,५६,००० टन अखबारी कागज बना। इसमेंसे ५६ लाख ९० हजार टन कनाडामें और ११लाख ७० हजार टन अमेरिकामें बना। सन् १९५१ में कनाडामें ५५,१६,२७९, अमेरिकामें ११,२४,७४८ और दुनिया भरमें मिलाकर १,०२,९१,९४० टन कागज बना था। दुनियाके कुल उत्पादनका ६० प्रति शत कनाडा और अमेरिकामें बनता है। सन् १९५१ में अमेरिकामें ५९,७५,००० टन कागज खपा था, १९५२ में ६० लाख टन खपा। सन् १९५३ में सम्भवतः ६० और ६२ लाख टनके बीच कागजकी उस देशको आवश्यकता होगी। सन् १९५२ में अमेरिकामें ६१ लाख १० हजार टन कागज खर्च हुआ जिसमेंसे ७९ प्रति शत उसे कनाडासे और ३ प्रति शत यूरोपसे मिला। बाकी १८ प्रति शत उसने अपने देशमें तैयार किया।

चीनी मिलोंमें गन्ना पेरनेके बाद जो चोंटा बच जाता है उससे अखबारी कागज बन सकता है। अमेरिकामें ऐसा कागज बना है और कागजवालोंका कहना है कि चोंटेका कागज कनाडाके कागजसे अधिक मजबूत और अधिक सफेद रहता है।

कागजकी मिलोंमें जो अखबारी कागज बनता है वह २५ फुट तक चौड़ा होता है। ४ से ५-५॥ मील तक लम्बाईका कागज एक-एक रील या रोलमें १००० से १४०० फुट प्रति मिनटकी गतिसे लपेटा जाता है। रील काटनेसे चाहे जितनी कम चौड़ाईके कई रील बन जाते हैं। शीट या ताव इसी रोलके कागजको काटकर बनाया जाता है।

विज्ञापन और विज्ञापनदाता

समाचारपत्रोंको सरकारसे बिलकुल स्वतन्त्र संस्था समझना चाहिये। इनका खर्च पत्रकी बिक्री और विज्ञापनसे चलता है। विज्ञापनदाता समाचारपत्रोंकी जगह खरीदते हैं। यदि विज्ञापन न रहे तो समाचारपत्र अपनी लागतसे कम मूल्यपर नहीं बेचा जा सकता। वस्तुतः विज्ञापन ही समाचारपत्रोंका मूल जीवनाधार रहता है। विज्ञापनोंको समाचारोंसे गौण माननेकी प्रवृत्ति सर्वसाधारणमें होती है, पर यह ठीक नहीं है। पाठकोंको सोचना चाहिये कि यदि विज्ञापन पत्रोंमें न रहें तो वह सस्तेमें नहीं मिल सकता। जितनी अधिक आय विज्ञापनोंसे पत्रको होगी उतना ही अधिक अच्छा सम्पादकीय मसाला पत्रमें जा सकता है। अच्छे लेख, अच्छी सामग्री, ताजे समाचार, चित्र आदिमें खर्च लगता है और यह खर्च तभी बढ़ाया जा सकता है जब विज्ञापनसे आय बढ़े। विज्ञापनकी आयसे पत्र बिगड़ते नहीं क्योंकि यह खुली आय रहती है, पर जो लोग पैसा देकर समाचार छपवाते हैं या छापते हैं वे अवश्य पत्रको भ्रष्ट करते हैं। विज्ञापनोंके लिए एजेन्सियाँ होनेके कारण पत्रों और विज्ञापनदाताका प्रत्यक्ष सम्बन्ध नहीं आता, इसलिए विज्ञापनदाताका सम्पादकीय नीतिपर कभी प्रत्यक्ष असर नहीं होता, पर समाचारकी जगह बेचकर आय करनेवाले लोग पत्रको अवश्य गिराते हैं।

विज्ञापनको अब पत्रका आवश्यक अङ्ग मान लेना चाहिये और यह अङ्ग समाचारोंके समकक्ष महत्त्वका समझना चाहिये। विज्ञापनका प्रदर्शन अब एक कला हो गयी है और कलापूर्ण विज्ञापन समाचारपत्रकी शोभा और उसका आकर्षण बढ़ाते ही हैं। यदि सूक्ष्म रूपसे

देखा जाय तो विज्ञापन भी एक प्रकारसे समाचार ही होते हैं। देशमें कौनसे उद्योग-कारखाने कौनसी नयी चीजें बना रहे हैं, इसकी खबर विज्ञापनोंसे मिलती है। चूँकि इन खबरोंसे बादमें जो लेनदेन होता है उसे व्यापार-वाणिज्य कहते हैं और उसमें धनका आदान-प्रदान होता है इसलिए विज्ञापनसे धनका सम्बन्ध आता है और उसी धनसे समाचार पत्रोंका स्तर भी बढ़ता है।

उद्योग-व्यवसायके विज्ञापनोंके अतिरिक्त व्यक्तिगत, संस्थागत और सामाजिक महत्त्वके विज्ञापन भी अखबारोंमें छपते हैं और इनके पढ़नेवालोंकी और इनसे लाभ उठानेवालोंकी संख्या भी खासी रहती है। बड़े-बड़े कारखानोंका माल देशभरमें बेचा जाता है और उनका विज्ञापन एजेन्सियोंकी मारफत देशभरके पत्रोंमें होता है। हरएक देशमें विज्ञापनकी ऐसी सैकड़ों एजेन्सियाँ होती हैं। ये एजेन्सियाँ निपुण आदमियोंको अपने यहाँ रखती हैं जिसका फल यह होता है कि कारखानोंका विज्ञापनका पैसा योग्य जगहोंपर योग्य रूपसे खर्च होता है।

अखबारोंके विज्ञापन-व्यवस्थापक और सम्पादक-व्यवस्थापक मिलकर यह तै कर लेते हैं कि रोज पत्रमें कहाँ और कितना विज्ञापन दिया जायगा और किन जगहोंपर विज्ञापन नहीं दिया जायगा। जगहके महत्त्वके अनुसार विज्ञापनकी दर भी बढ़ती है। बड़े-बड़े शहरोंमें विज्ञापनके लिए आदमी रखे जाते हैं और दफ्तर भी खोले जाते हैं। फोटोग्राफी, ब्लाक आदिके कारण विज्ञापनकी कलाकी उत्तरोत्तर उन्नति होती जा रही है और विज्ञापन अधिकाधिक आकर्षक बनाये जा रहे हैं।

बड़े विज्ञापनदाता अखबारोंपर उसकी नीतिके सम्बन्धमें कभी दबाव नहीं डालते, न दखल देते हैं। बड़े अखबार भी नीतिमें दखल देनेकी इच्छा रखनेवाले विज्ञापन-दाताओंकी परवाह नहीं करते। पत्र और विज्ञापन परस्पर पूरक रहते हैं और परस्परकी स्वतन्त्रता और आवश्यकताका सम्मान करते हैं। विज्ञापन-एजेन्सियोंके कारण बड़े राष्ट्रव्यापी विज्ञापनोंमें पाठकोंको धोखा होनेकी गुञ्जाइश भी बिलकुल नहीं रहती

और विश्वसनीय विज्ञापनोंके कारण पत्रकी प्रतिष्ठा भी बढ़ती है। पत्र जैसे-जैसे बड़ा होता जाता है, वह व्यापारके व्यक्तिगत विज्ञापनोंपर उतना ही कम निर्भर रहता है क्योंकि ऐसे विज्ञापनोंकी सचाईपर पूरा विश्वास नहीं किया जा सकता।

अमेरिकन कारखाने विज्ञापनपर कितना भारी खर्च करते हैं इसका अन्दाजा नीचेके आँकड़ोंसे लगाया जा सकता है—

सन् १९५२ में अमेरिकाकी ५२ प्रधान विज्ञापन एजेन्सियोंके कुल बिल १ अरब ७२ करोड़ ४ लाख डालरके हुए। सन् १९५१ में ये बिल १ अरब ६० करोड़ ४४ लाखके हुए थे। १० प्रधान एजेन्सियोंके अलग-अलग आँकड़े इस प्रकार हैं—

नाम	लाख डालर	नाम	लाख डालर
जे वाल्टर टामसन	१४२०	फूट, केन एण्ड बेल्डिंग	७००
यंग एण्ड रुबिकम	१२००	बेण्टन एण्ड बोल्स	५२८
बी. बी. डी. एण्ड कं०	११८०	बायोवे एण्ड कं०	५००
मैक्कन एरिकसन	९४०	ग्रैण्ट एडवर्टाइजिंग	४८०
एन. डब्लू. आयेर एण्ड सन	८६५	डान्सर-फिट्जेराल्ड सैम्पल	४४६

सबसे बड़ी अन्तर्राष्ट्रीय विज्ञापन एजेन्सी शिकागोकी ग्राण्ट एडवर्टाइजींग इनकारपोरेटेड है। यह हर साल ४ करोड़ ८० लाख डालरका व्यापार करती है। अमेरिकाकी अन्य बड़ी विज्ञापन एजेन्सियोंमें इसका नम्बर सन् १९५२ में ९ वाँ था, पर अन्तर्राष्ट्रीय विस्तार इसका सबसे अधिक है। १७ देशोंमें इसके २१ दफ्तर हैं। इसके कारबारका ५६ प्रति शत अमेरिकाके बाहरका रहता है।

पत्र-वितरण

यदि किसी दिन किसी ग्राहकके पास ठीक समयसे समाचारपत्र नहीं पहुँचता तो वह झल्ला उठता है। भोजनकी तरह समाचारपत्र भी अब जीवनकी एक आवश्यक वस्तु बन गया है और जनता यह समझती है कि रोज-रोज ठीक समयसे पत्र घरपर पहुँचाना समाचारपत्र कार्यालयका ही कर्तव्य है।

एक शहरसे दूसरे शहरमें भेजनेके लिए एक व्यक्ति अपनी चिट्ठीपर टिकट लगाकर दो आने पैसे सरकारको देता है। इन पैसोंमें सरकार केवल पता देखकर चिट्ठी छाँटती है और गन्तव्य स्थानको ले जाकर पतेपर वह पहुँचा देती है, पर समाचारपत्रको तो ४ पैसे, ६ पैसे या दो आनेमें अपना सारा पत्र ग्राहकके यहाँ पहुँचाना पड़ता है। लाखों करोड़ों अखबार रोज इसी प्रकार पाठकोंके पास पहुँचाये जाते हैं।

अखबार छपनेके तुरत बाद चाहे जितने दूर कमसे कम समयमें, आवश्यक आदमी तैनात कर और निश्चित खर्चमें ग्राहकके पास अखबार पहुँचाना एक अद्भुत बात अवश्य है। तरकारी भी जितनी जल्दी नहीं सड़ती या फूल जितने जल्दी नहीं मुरझाते उससे जल्दी समाचार पुराने हो जाते हैं और समाचारपत्र भी पुराने हो जाते हैं। सुबहका अखबार शामको पुराना हो जाता है क्योंकि शामको फिर नये अखबार निकलते हैं। एक ही अखबार देखने और पढ़ने वालोंके लिए भी २४ घण्टेके बाद अखबार और समाचार पुराने हो जाते हैं।

समाचारपत्रके वितरण वा प्रचारविभागको अपने ग्राहकों तक नियमित पत्र पहुँचानेकी व्यवस्था ही नहीं करनी पड़ती पर नये ग्राहक

बनानेका और नये ग्राहक उत्पन्न करनेका भी काम करना रहता है। जमानेके साथ उसे भी यातायात-वार्तालापके सब उन्नत साधनोंका उपयोग करना पड़ता है और नये साधनोंपर दृष्टि रखनी पड़ती है।

सर्वप्रथम आवश्यकता यह है कि ग्राहकको उसका पत्र नियमित समयपर अवश्य मिलना चाहिये, न मिले तो अखबारमें छपे समाचार और विज्ञापनकी सामग्रीका आर्थिक मूल्य कुछ भी नहीं रह जाता। प्रचार-वितरण-बिक्रीसे जो आय होती है उससे ४ से ८ गुनातक या अधिक भी आय विज्ञापनसे होती है। प्रचार जैसे-जैसे बढ़ता है वैसे-वैसे विज्ञापनका महत्त्व और विज्ञापनकी आय भी बढ़ती है।

वितरण व्यवस्थापकको कार्यालयमें अपने विभागकी व्यवस्थाके साथ-साथ योजकका भी काम हमेशा करते रहना पड़ता है। प्रचार कैसे बढ़े इसकी चिन्ता उसे चौबीसों घण्टे रहती है।

अपने शहरके प्रत्येक कोनेमें जल्दीसे जल्दी अखबार पहुँचे, इसकी व्यवस्था प्रचार विभागको करनी पड़ती है। शहरसे बाहर दूसरे शहरोंमें, नगरोंमें, गाँवोंमें अखबार जल्दीसे जल्दी और ताजासे ताजा समाचारके साथ कैसे जा सकता है इसे उसे सोचना पड़ता है। कार्यालयसे स्टेशन, बस स्टेशन, नाव-घाट, हवाई अड्डा आदितक समाचारपत्रके बण्डल पहुँचाना और विभिन्न शहरोंमें उसके वितरणकी ठीक व्यवस्था करना उसका काम है।

ब्रिटेनमें सबसे ज्यादा अखबार बिकते हैं इसका कारण वहाँकी वितरण-व्यवस्थाका सर्वांगसम्पूर्ण होना है। ब्रिटेनमें रोज प्रातःकाल दूध और अखबार इन दोनोंका व्यापार भारी पैमानेपर होता है। बड़े अखबारोंके लिए स्पेशल ट्रेनोंकी व्यवस्था है जो अखबारवालों की न्यूजपेपर्स प्रोप्राइटर्स असोसिएशन संस्थाकी देखरेखमें ही चलती हैं। ब्रिटेनमें ४-५ हजार थोक एजेण्ट और ४७००० फुटकर अखबार बेचनेवाले एजेण्ट हैं।

हरएक अखबारका अपना एक विशेष क्षेत्र होता है, उस क्षेत्रमें

पत्र-वितरणपर विशेष ध्यानपूर्वक काम करना पड़ता है। अपना विशेष क्षेत्र धीरे-धीरे कैसे बढ़ सकता है और विशेष क्षेत्रमें भी नये-नये ग्राहक कैसे बढ़ सकते हैं इसकी योजना बराबर बनती रहती है। विशेष क्षेत्रके समाचार अखबारमें जल्दीसे जल्दी जाते हैं, इसके लिए प्रचार-विभागको सम्पादकीय विभागके डाक-सम्पादकसे निकट-सम्पर्क रखना पड़ता है।

प्रचार विभागको अपने पास हमेशा एक ऐसी सूची रखनी चाहिये जिससे मालूम हो कि कौनसे लोग उनका अखबार पढ़ते हैं। स्त्री, पुरुष, बालक, कुशल-अकुशल मजदूर, पेशेवाले स्त्री-पुरुष, किसान, व्यापारी, साहूकार, कारखानेदार, सरकारी नौकर कौन किस अनुपातमें अखबार खरीदते हैं यह मालूम रहना प्रचार बढ़ानेकी दृष्टिसे बहुत आवश्यक होता है।

अपने पत्रका प्रचार बढ़ानेके लिए वितरण विभागको दर्जनों विषयों-पर ध्यान रखना पड़ता है। कुछ बातें ये हैं—

(१) प्रतिस्पर्द्धी अखबार क्या कर रहे हैं ?

(२) पत्रका कमसे कम दाम क्या रखा जा सकता है, ग्राहक की आर्थिक शक्ति और पत्रोत्पादन-खर्च दोनोंपर विचार।

(३) पत्रके विशेष क्षेत्रोंकी जनसंख्याका घनत्व।

(४) विशेष क्षेत्रोंकी वृद्धिका प्रयत्न।

(५) ग्राहकोंके आर्थिक वर्गोंका विभाजन और अध्ययन तथा उसके अनुसार पत्रमें छपनेवाली सामग्रीकी उपयोगिता।

(६) नये पाठकोंको आकर्षित करनेके लिए तरह-तरहके नये उद्योग करना।

(क) ग्राहक बढ़ानेवालोंको कमीशन देना।

(ख) लोगोंसे मिलनेके लिए प्रतिनिधि भेजना।

(ग) समाचारपत्रमें तरह-तरहकी प्रतिस्पर्द्धाएँ और इनामकी प्रतियोगिताएँ चलाना। ध्यान यह रहे कि जो पाठक बढ़ें वे स्थायी हों। अस्थायी ग्राहकोंके लिए विशेष प्रयत्न नहीं होना चाहिये।

अमेरिकामें इसके लिए विचित्र-विचित्र उपाय अमलमें लाये जाते हैं। सुन्दर लड़कियोंका उपयोग, नये ग्राहकोंको बीमेका प्रलोभन आदि उपाय भी वहाँ काममें लाये जाते हैं।

अखबारको अपना विज्ञापन अपने अखबारमें तो हमेशा करते ही रहना पड़ता है, पर दूसरे अखबारोंमें भी अपना विज्ञापन करना पड़ता है। इसके अलावा सर्कुलर, पत्र, पोस्टर, नोटिस, साइनबोर्ड, बिजलीके बोर्ड और रेडियोसे भी अपना प्रचार करना पड़ता है। अमेरिकामें तो बड़े-बड़े अखबारोंके साथ बड़े-बड़े रेडियो स्टेशन भी चलते हैं।

प्रचारका आधिकारिक विवरण विज्ञापनदाताओंको प्राप्त हो इसकी व्यवस्था सन् १९१४ तक बिलकुल नहीं थी। इसके बाद अमेरिकामें आडिट ब्यूरो आफ सर्कुलेशन बना। भारतमें भी आडिट ब्यूरो बन गया है।

प्रचार विभागको अपने अखबारका विज्ञापन करनेपर भी विशेष ध्यान देना पड़ता है। अखबारके बड़े-बड़े पोस्टर और साइनबोर्ड उन स्थानोंपर रखने पड़ते हैं जहाँ लोग अधिक संख्यामें एकत्र होते हैं या जहाँसे लोग अधिक संख्यामें गुजरते हैं। रेलवे स्टेशन, बस-स्टेशन, बाजार, चौक, मेले, तमाशे, सिनेमा, नाटक, दंगल आदिमें अखबारका विज्ञापन करना पड़ता है। अखबारका प्रचार बढ़े इसलिए एजेण्टोंको अधिकाधिक सुविधाएँ देनी पड़ती हैं। उन्हें साइकिलें देनी चाहिये जिन-पर अखबारके बोर्ड लगे हों।

रोज अखबारके साथ उस दिनके सबसे अच्छे और हृदयाकर्षक समाचारके शीर्षक छपे पोस्टर भेजे जाने चाहिये ताकि पोस्टर पढ़कर नये-नये ग्राहक पैदा हों।

ग्राहक विभागको अपने पास एक सूची रखनी चाहिये जिससे यह मालूम पड़ सके कि अखबारके प्रचारके क्षेत्रमें सालमें कितने मेले होते हैं, कितने दङ्गल होते हैं। उन मेलोंमें प्रचारका इन्तजाम होना चाहिये। सम्पादकीय विभागसे सम्पर्क रखकर उन मेलोंके सम्बन्धके लेख-चित्र मेलेके अवसरोंपर निकलने चाहिये।

प्रचार विभागको इस बातकी भी चिन्ता करनी पड़ती है कि हमारा क्षेत्र किस तरफ बढ़ सकता है। इसके लिए क्षेत्रकी आर्थिक स्थिति, सामाजिक उत्सव, राजनीतिक नेताओंकी गतिविधियाँ आदिपर भी उसे ध्यान देना चाहिये।

जिस प्रकार समाचारपत्रके कार्यालयमें सम्पादकीय और व्यवस्था तथा निर्माण विभागमें पूरा-पूरा सहयोग होना जरूरी है उसी प्रकार बाहरके स्थानोंमें एजेण्ट और संवाददाता ये दो समाचारपत्रके आँख-कान होते हैं। वे ही प्रतिनिधि हैं। इनमें सम्पर्क और सहयोग पूरी तरहसे होना चाहिये।

डाकखानेकी रियायतें

अखबार लागतसे सस्तेमें मिलता है, इसका एक कारण यह भी है कि डाकखाना अखबारोंको डाक, तार और टेलिफोनकी दरोंमें रियायत करता है।

पोस्टमास्टर जनरलके दफ्तरसे अखबारों और पत्रपत्रिकाओंकी रजिस्ट्री करानेसे रियायत मिलती है। रजिस्टर नम्बर हर साल दिसम्बरमें स्वीकृत करा लेना पड़ता है। रजिस्टर्ड पत्रपत्रिकाएँ डाकसे १० तोले तक १ पैसा फी प्रतिके हिसाबसे भारत भरमें, अदन, लंका, नेपाल, और पुर्तगाली भारतमें भेजी जा सकती हैं। बीस तोले तक २ पैसा और फिर हर २० तोलेपर २ पैसा लगता है।

अखबारोंके पैकटोंपर पहले १० तोले पर २ पैसा और बाद हर ५ तोलेपर १ पैसेका टिकट लगता है।

अखबारोंके तार भी रियायती दर पर लिये जाते हैं। पहले ४० शब्दोंके लिए १२ आना और बाद हर पाँच शब्दोंके लिए १ आना लगता है। रात ९ बजेके बाद जरूरी तारोंपर दूना महसूल लगता है। अच्छे अखबार सभी तार जरूरी मँगाते हैं।

टेलिफोनसे भी रात १२ और २ के बीच समाचार देनेमें एक तिहाई चार्ज देना पड़ता है।

चौथा भाग

विविध विषय

पत्रकार सङ्घटन

पत्रकारिताका व्यवसायीकरण जैसे-जैसे बढ़ता जायगा, पत्रकार-जगत्‌में दो बातें विशेष रूपसे होती जायँगी। एक बात यह होगी कि पूँजीका केन्द्रीकरण होता जायगा और 'चेन' या शृङ्खला यानी एक ही कम्पनीके दर्जनों अखबार रहनेवाली प्रवृत्ति बढ़ती जायगी। दूसरी प्रवृत्तिमें, कार्य करनेवाले पत्रकारोंमें वृत्तिहितों और आर्थिक हितोंकी रक्षाके लिए श्रमसङ्घटनकी सद्भावना अधिकाधिक जाग्रत होगी। भारतमें सन् १९४७ ई० से यानी स्वतन्त्रता प्राप्त होनेके वर्षसे ही दोनों प्रवृत्तियाँ तेज हो रही हैं। पहली प्रवृत्तिपर सरकार चाहे तो प्रतिबन्ध लगा सकती है। पर दूसरी प्रवृत्ति लोकतन्त्रमें बढ़ती ही जायगी। इस वर्गचेतनाकी प्रवृत्तिको रचनात्मक दिशामें लगानेका काम सञ्चालक कर सकते हैं जैसे ब्रिटेनमें हुआ है। सञ्चालक यदि इस प्रवृत्तिको अपने शत्रुत्वकी कारवाई समझते रहेंगे तो पत्रकार सङ्घटन सङ्घर्षका मार्ग अपनायँगे। ब्रिटेनमें पत्रकारोंके श्रमसङ्घटनोंका विकास बहुत ठीक ढंगसे हुआ है। वहाँ पत्रकारोंके साथ-साथ लाइनो टाइप आपरेटर, हाथसे कम्पोज करनेवाले, प्रोसेस कर्मचारी, स्टीरियोकर्मचारी, प्रिंटर-मशीनमैन, इञ्जीनियर और बिजली मैकैनिक, सबने अपनी श्रम-सङ्घटन संस्थाएँ बना ली हैं। यूनियनोंमें हर एक पत्र-कार्यालयके प्रतिनिधि होते हैं। पत्र-सञ्चालकों और कार्यकर्ताओंमें यदि कोई मतभेदका विषय उठता है तो ये प्रतिनिधि

पहले उसके निराकरणका प्रयत्न करते हैं। न होनेपर यूनियनकी कार्यसमितिमें मामला जाता है। वहाँसे भी मामला तै न हो सका तो राष्ट्रीय यूनियनकी कार्यसमितिमें जाता है। यूनियन कार्यसमिति और पत्र-सञ्चालक समझौता कमेटी आपसमें मिलकर मामला तै कर लेती है। यदि कोई ऐसा जटिल मामला आया कि ये लोग उसे हल न कर सके तभी वह सरकारी पञ्चायतमें जाता है।

भारतमें पत्रकारोंकी संख्या कई हजार होगी (ब्रिटेनमें १२ हजार है)। (पिछली जनगणनाके सरकारी आँकड़ोंसे मालूम हुआ कि उत्तर प्रदेशमें कुल २०८ पत्रकार हैं!) अन्दाजा है कि दिल्लीमें भी कुल मिलाकर करीब २०० पत्रकार रहते हैं। देशमें और दिल्लीमें पत्रकारोंकी बहुतसी संस्थाएँ हैं। इन संस्थाओंका संक्षिप्त परिचय और कुछ अन्तर्राष्ट्रीय पत्रकार सङ्घटनोंका भी परिचय आगेके पृष्ठोंपर दिया जा रहा है।

अन्तर्राष्ट्रीय प्रेस इन्स्टीट्यूट

दुनियाभरके सम्पादकोंके सम्पर्क और सहयोगके लिए एक केन्द्र हो इसलिए 'अमेरिकन सोसाइटी आफ न्यूजपेपर एडिटर्स' सन् १९४९ से ही एक 'इण्टरनेशनल प्रेस इन्स्टीट्यूट' स्थापित करनेका प्रयत्न कर रही थी। अक्तूबर सन् १९५० में इसके लिए सम्पादकोंकी एक बैठकमें एक संघटन-कमेटी बनायी गयी। (सम्पादकोंमें लखनऊके 'नेशनल हेरल्ड' के श्री चलपति राव भी थे। श्री राव विभिन्न देशोंके १४ और सम्पादकों के साथ २१ दिनका अमेरिकाका दौरा करने वहाँ गये थे। बादमें श्री रावने इस संस्थामें कोई दिलचस्पी नहीं ली।)

प्रेस इन्स्टीट्यूटका उद्देश्य यह बताया गया है—

विश्वशान्ति विभिन्न देशोंकी जनताके एक दूसरेको समझनेपर निर्भर रहती है। इसके लिए आवश्यक है कि जनताको सारी बातोंका अच्छा ज्ञान रहे। सम्पादक एक दूसरेको समझेंगे तो जनताको समझाने के मार्गमें हम एक कदम आगे बढ़ जायँगे। अन्तर्राष्ट्रीय प्रेस इन्स्टीट्यूट इसकी पूर्तिके लिए है। थोड़ेमें इन्स्टीट्यूटके ये उद्देश्य हैं—

(१) पत्र-स्वातन्त्र्यकी रक्षा करना और उसको बढ़ाना। पत्र-स्वातन्त्र्यका अर्थ है—अबाध समाचार-संकलन, स्वतन्त्र मत-प्रकाशन, निर्बाध समाचारपत्र-प्रकाशन।

(२) सम्पादकोंके और उनकी मार्फत जनताके एक दूसरेको समझनेमें सफलता-प्राप्ति।

(३) एक दूसरेके राज्यमें स्वतन्त्रतापूर्वक सत्य और सन्तुलित समाचारोंके आदान-प्रदानको बढ़ावा देना।

(४) पत्रकारीकी वृत्तिमें सुधार।

मई सन् १९५१ में पेरिसमें दुनिया भरके दूर-दूरके देशोंके ९ सम्पादक एकत्र हुए और उन्होंने अन्तर्राष्ट्रीय प्रेस इन्स्टीट्यूटकी स्थापना की। इसका दफ्तर ज्यूरिख (स्विटजरलैण्ड) में खोला गया है। इसमें पत्रकारकला सम्बन्धी शोधका महत्त्वपूर्ण काम होता है। सालभरके अन्दर ही ३३ देशोंमें इसकी शाखाएँ स्थापित हो गयीं और ४४५ सदस्य हो गये। मई सन् १९५२ में पेरिसमें ३ दिनका इसका प्रथम वार्षिक अधिवेशन हुआ जिसमें २१ देशोंके १०१ सम्पादक सम्मिलित थे। महत्त्वके विषयोंपर विचार-विनिमय हुआ। मई सन् १९५३ में लन्दनमें दूसरा सम्मेलन हुआ।

भारतमें भी इसकी शाखा स्थापित है और भारतीय राष्ट्रीय कमेटीके अध्यक्ष 'हिन्दू' के श्री कस्तूरी श्रीनिवासन हैं। ये इन्स्टीट्यूटके एक्जीक्यूटिव बोर्डमें भी हैं और सन् १९५२ में उपाध्यक्ष चुने गये हैं। किसी भी कम्युनिस्ट देशमें इसकी शाखा नहीं है। पाकिस्तानकी शाखाके अध्यक्ष 'डान' के श्री अल्ताफ हुसेन, लंकाकी शाखाके अध्यक्ष 'दीनमणि' के श्री सी. ई. एल. विक्रमसिंह और बर्मा शाखाके अध्यक्ष 'नेशन' के श्री ई. एम. ला. योन हैं।

इन्स्टीट्यूटका पता यह है—इण्टरनेशनल प्रेस इन्स्टीट्यूट, Munstergasse 9. Zurich' (Switzerland)। इसके अध्यक्ष न्यूयार्क टाइम्सके रविवासरीय संस्करणके सम्पादक श्री लेस्टर

मार्केल हैं। सदस्यताका चन्दा ५० डालर है। जो पत्रकार अपने पत्रके नीति-निर्धारक नहीं हैं वे भी दूसरी श्रेणीके असोसिएट सदस्य बन सकते हैं। इसका चन्दा १२॥ डालर है, पर इन्हें वोटका अधिकार नहीं है। अमेरिकाकी फोर्ड और राकफेलर फाउण्डेशन निधियोंसे इस संस्थाका खर्चा चलता है।

इण्टरनेशनल आर्गानिजेशन आफ जर्नलिस्ट्स—प्रागमें दफ्तर, सन् १९४६ में स्थापित। सन् १९४९ में गैरकम्युनिस्ट देश इससे अलग हो गये।

इण्टरनेशनल फेडरेशन आफ जर्नलिस्ट्स—ब्रुसेल्समें दफ्तर, गैरकम्युनिस्ट श्रमजीवी पत्रकारोंकी संस्था, मई सन् १९५२ में १६ देशोंके प्रतिनिधियोंके सम्मेलनमें स्थापना। अध्यक्ष—श्री सी. जे. बुंडोक (ब्रिटेन।)

कामनवेल्थ प्रेस यूनियन—जून सन् १९५० में कनाडामें एम्पायर प्रेस यूनियनकी छठीं कानफरेन्स हुई। इसने अपना नाम बदलकर कामनवेल्थ प्रेस यूनियन रखा। भारतमें बहुतसे पत्र-सम्पादक इसके सदस्य हैं।

इण्डियन जर्नलिस्ट्स असोसिएशन इन ब्रिटेन—अध्यक्ष (सन् १९५३ के लिए) डाक्टर तारापद बसु (आनन्द बाजार पत्रिका) और मन्त्री श्री डी. एफ. बर्न (हिन्दू)।

दि इण्डियन एण्ड ईस्टर्न न्यूजपेपर सोसाइटी

भारतके पत्र-संचालकोंने अपने व्यावसायिक हितोंकी रक्षाके लिए २७ फरवरी सन् १९३९ को इस सोसाइटीकी स्थापना की। उस समय इसके १४ सदस्य थे। १४ साल बाद फरवरी सन् १९५३ में इसकी सदस्य-संख्या ८१ हो गयी। इनमें ५९ दैनिक, १ त्रिसाप्ताहिक, १४ साप्ताहिक, १ पाक्षिक और ६ मासिक पत्रिकाओंके संचालक सदस्य हैं। ११ भाषाओंके पत्रोंके संचालक इस संख्याक्रमसे इसके सदस्य हैं—अंग्रेजी ३६, हिन्दी ९, मराठी ८, तामिल ७, उर्दू ४, गुजराती ४, कन्नड़ ४, बंगाली ३,

मलयालम ३, तेलुगू २, और सिन्धी १। चन्दा १०००) साल देना पड़ता है। अक्तूबर सन् १९५१ में सोसाइटीकी रजिस्ट्री भी हो गयी है। प्रेस ट्रस्ट और आडिट ब्यूरोकी स्थापनामें इसका बड़ा हाथ था।

सोसाइटीको मुख्य काम विदेशोंसे अखबारी कागज प्राप्य करने का ही करना पड़ता रहा है। भारतको इस समय प्रति वर्ष ६० हजार टन अखबारी कागजकी आवश्यकता है। इसमेंसे ८० प्रति शत कागजका उपयोग करनेवाले अखबार सोसाइटीके सदस्य हैं। भारतमें अखबारी कागज और छपाईके यंत्र बनें, इसके प्रयत्नमें भी सोसाइटी है।

अखबारोंको इसकी सदस्यताका यह लाभ होता है कि सदस्योंको विज्ञापनोंपर केवल १५ प्रति शत ही कमीशन स्वीकृत विज्ञापन एजेन्सियों को देना पड़ता है। ५२ विज्ञापन एजेन्सियाँ फरवरी सन् १९५३ में सोसाइटी द्वारा स्वीकृत थीं। यौन विज्ञापनों और चमत्कारी दैवी 'औषधियों' के विज्ञापनोंके प्रकाशनपर प्रतिबन्ध रखनेके लिए सोसाइटीने कुछ सिद्धान्त भी स्वीकार किये हैं। इस संघटनके कारण विज्ञापन-एजेन्सियोंपर कड़ा नियन्त्रण रहता है।

श्री आसु डे इसके सेक्रेटरी हैं। (पता—२७ बड़ा खंभा रोड पो० आ० बक्स ६९, नयी दिल्ली)।

दि आल इण्डिया न्यूजपेपर एडीटर्स कानफरेन्स

महायुद्धकालमें जब ब्रिटिश सरकार और भारतीय अखबारोंमें संघर्ष शुरू हुआ तो सम्पादकोंकी एक सर्वभारतीय संस्था बनानेकी आवश्यकता महसूस हुई। इण्डियन एण्ड ईस्टर्न न्यूजपेपर सोसाइटीके उस समयके अध्यक्ष श्री देवदास गांधीने दिल्लीमें श्री कस्तूरी श्रीनिवासनकी अध्यक्षता में एक सभा बुलायी और २६ अक्तूबर सन् १९४० को इस सम्पादक-सम्मेलनकी स्थापना हुई।

युद्धकालमें ब्रिटिश सरकारके मुकाबले और सन् १९४६-४७ के बाद भारत-पाकिस्तान तनातनीके दिनोंमें इसने अच्छा काम किया। पत्रकारों की स्थिति सुधारनेके लिए सन् १९४४ में इसने कुछ सुझाव दिये पर उनका

उपयोग नहीं हो सका और श्रमजीवी पत्रकारोंकी अलग सर्वभारतीय संस्था बनानी पड़ी।

पत्रस्तर ऊँचा करने, पत्रस्वातन्त्र्यकी रक्षा और विदेशोंमें तथा अन्तर्राष्ट्रीय पत्र-संस्थाओंमें भारतका प्रतिनिधित्व करनेका काम भी सम्मेलन करता रहा है। सम्मेलन, उत्तर प्रदेशको छोड़कर, भारतके अन्य राज्योंमें और केन्द्रमें पत्रपरामर्शदात्री समितियाँ भी बनाता रहा है।

आडिट ब्यूरो

समाचारपत्रोंकी ग्राहकसंख्या और प्रसारसंख्याका प्रामाणिक विवरण प्राप्त करना विज्ञापनदाताओंके लिए आवश्यक रहता है। पत्र-संचालकों को भी इससे बहुत सहूलियत होती है और उन्हें विज्ञापनदाताओं और विज्ञापन एजेन्सियोंसे बार-बार उलझना नहीं पड़ता। ग्राहकसंख्या की जाँच कर समाचारपत्रोंको सर्टिफिकेट दिये जा सकें इस उद्देश्यसे विज्ञापनदाताओं और पत्र-संचालकोंने मिलकर सहकारी ढंगसे और गैरमुनाफेकी आडिट ब्यूरो आफ सर्कुलेशन्स (ए. बी. सी.) लिमिटेड नामकी एक संस्था बनायी। कौंसिलमें आधे सदस्य संचालक रहते हैं और आधे विज्ञापन-प्रतिनिधि। एक-एक सालके अन्तरसे अध्यक्ष-पद भी संचालक और विज्ञापन-प्रतिनिधिको अदल-बदलकर मिलता है। छः-छः महीनेपर पत्रोंकी प्रमाणित ग्राहकसंख्याएँ प्रकाशित की जाती हैं। इसको स्थापना सन् १९४९ में हुई। फरवरी सन् १९५३ में इसकी सदस्यसंख्या २०० हो गयी थी जिसमें १५० अखबार थे और बाकी विज्ञापन-संस्थाएँ। सदस्य-पत्रोंमें १२ भाषाओंके अखबार हैं और ये ३८ नगरोंमें फैले हैं। भारतके बाहर पाकिस्तान और लंकाके लिए भी यह संस्था काम करती है। भारतकी सभी पत्र-पत्रिकाओंकी ग्राहकसंख्या ३५ लाखके करीब मानी गयी है। इसके ७० प्रति शतवाले पत्र ब्यूरोके सदस्य हैं। विज्ञापन-संस्था सदस्योंमें देशके २८ बड़े विज्ञापनदाता और लगभग सभी, १८, बड़ी विज्ञापन एजेन्सियाँ ब्यूरोकी सदस्य हैं।

दि इण्डियन फेडरेशन फार वर्किंग जर्नलिस्ट्स

पत्रकारोंका संघटन श्रमिक संस्थाकी तरह करनेके लिए उत्तरप्रदेशमें सबसे पहले आन्दोलन शुरू हुआ। उत्तरप्रदेशके पत्रकार सम्मेलनने सन् १९४६ में अपने काशी-अधिवेशनमें प्रस्ताव पास कर सम्मेलनको ट्रेड यूनियन बनानेका निश्चय किया। फिर श्री गोपीनाथ श्रीवास्तव अखिल भारतीय संघ बनानेके प्रयत्नमें लगे। सन् १९५० ई० में उनकी मृत्यु हो गयी, पर उनका काम जारी रहा। २८-२९ अक्तूबर सन् १९५० को दिल्लीमें भारतभरकी २३ पत्रकार संस्थाओंके प्रतिनिधियोंका सम्मेलन हुआ और अखिल भारतीय श्रमजीवी पत्रकार संघकी स्थापना हुई। श्री चलपतिराव इसके शुरूसे ही अध्यक्ष हैं। संघने अपने विधानके अनुसार अपनेको पत्रकारोंकी विभिन्न ट्रेड यूनियनोंका संघ बनाया है, पर इससे दक्षिण भारत पत्रकार संघ सहमत नहीं। दक्षिण भारतका संघ देशकी एक बहुत बड़ी पत्रकार संस्था है। इसके ४०० सदस्य हैं और ७ सम्बद्ध संस्थाएँ इसके साथ हैं। इसका कहना है कि भारतीय संघको अपनी इकाइयोंको ट्रेड यूनियन होनेके लिए बाध्य नहीं करना चाहिये। दक्षिण भारतकी संस्थाके अध्यक्षका कहना है कि पत्रकारोंकी वृत्ति आत्मसेवासे अधिक जनसेवाकी होती है। वृत्ति-संघटनपर श्रमसंघटनसे अधिक जोर देना चाहिये।

उत्तर प्रदेशीय प्रेस कन्सल्टेटिव कमेटी

देशके अन्य राज्योंमें भी पत्रसलाहकार-समितियाँ हैं, पर उत्तर प्रदेशकी समितिकी अपनी अलग विशेषता है। अन्य राज्योंमें सलाहकार-समितियाँ महायुद्धकालमें बनायी गयी, पर उत्तरप्रदेशमें सन् १९३८ में ही ११ सदस्योंकी एक कमेटी बनी थी। महायुद्धके बाद ३१ जुलाई सन् १९४६ को फिर नयी कमेटी २२ सदस्योंकी बनी। सम्पादक-सम्मेलनसे उत्तरप्रदेशकी कमेटीका कोई सम्बन्ध नहीं है यह इसकी दूसरी विशेषता है। अप्रैल सन् १९४९ में २१ सदस्योंकी फिर एक नयी

कमेटी बनायी गयी। १ सितम्बर सन् १९५२ को ३ सालके लिए २१ सदस्योंकी फिर नयी कमेटी सरकारने बनायी है।

सदर्न-इण्डिया जर्नलिस्ट फेडरेशन—साउथ इण्डियन जर्नलिस्ट नामकी एक मासिक पत्रिका भी निकलती है। भारतभरमें पत्रकारोंके लिए यही एक पत्रिका है। इस संस्थाका एक प्रेस क्लब भी है। पता—श्रीराम बिल्डिंग, ५-६ माउण्ट रोड, मद्रास २।

इण्डियन लैंगुएज न्यूजपेपर एडीटर्स असोसिएशन—स्थापना सन् १९४१—करीब २०० छोटी पत्र-पत्रिकाएँ सदस्यरूपमें इसमें शामिल हैं। छोटे पत्रोंकी हितरक्षा इसका उद्देश्य है। लड़ाईके जमानेमें इसने छोटे अखबारोंको कागज दिलाया था।

पता—जन्मभूमि भवन, घोगा स्ट्रीट, फोर्ट, बम्बई। यहींपर छोटे अखबारोंको कागज बेचनेके लिए इण्डियन न्यूजपेपर्स कोआपरटिव सोसाइटी लिमिटेड नामकी संस्था सन् १९४७ में शुरू की गयी थी।

दि एडवर्टाइजिंग एजेन्सीस असोसिएशन आफ इण्डिया—भारतकी ६ प्रमुख विज्ञापन-एजेन्सियोंने मिलकर सितम्बर सन् १९४५ में इसकी स्थापना की। सोसाइटी द्वारा स्वीकृत एजेन्सियाँ सदस्य हो सकती हैं। पता—५ बैंक हॉल स्ट्रीट, कलकत्ता।

इण्डियन इन्स्टीट्यूट आफ आर्ट इन इण्डस्ट्री—सन् १९४० में स्थापित—पता—आर्टिस्ट्री हाउस, १५, पार्क स्ट्रीट, कलकत्ता १६।

दि इण्डियन सोसाइटी आफ एडवर्टाइजर्स

भारतके बड़े विज्ञापनदाताओंने आपसमें मिलकर सितम्बर सन् १९५२ में इस संस्थाका निर्माण किया। श्री पी. जी. रोज इसके अध्यक्ष हैं। शुरूमें २५ सदस्य थे। दफ्तर बम्बईमें है। सरकार विज्ञापनोंपर कर लगा रही थी। उसी समय ऐसी संस्थाकी आवश्यकता महसूस हुई। पत्र-संचालकोंकी सोसाइटीसे सम्पर्क रखनेमें भी इस संस्थाका उपयोग होगा। भारतकी अधिकतर बड़ी विज्ञापन एजेन्सियाँ विदेशी हैं।

(प्रस्तावित) प्रेस क्लब

दिल्लीमें एक प्रेस क्लब बनानेकी योजना सम्पादक सम्मेलनने तैयार की है। इसके अनुसार २-३ लाख रुपये खर्चसे एक प्रेस बिल्डिंग बनायी जायगी जिसमें विभिन्न पत्रकार संघटनोंके दफ्तर और विभिन्न समाचार समितियोंके कार्यालय रह सकेंगे। इसी इमारतमें एक डाक-तार घर और सरकारी सूचना विभागोंके दफ्तर भी रह सकते हैं। एक भोजन-गृह, एक दीवानखाना और एक वाचनालय भी इसमें रहेगा जहाँ रिसर्चका भी काम किया जा सकेगा। भारतके दो दर्जन बड़े अखबारोंके दफ्तर भी इसमें रह सकेंगे।

पाकिस्तान फेडरल यूनियन आफ जर्नलिस्ट्स—२ अगस्त सन् १९५० को इस संस्थाकी स्थापना हुई। यह ब्रिटेनके नेशनल यूनियन आफ जर्नलिस्ट्सकी तरह ही बनी है।

पत्र-कानून

जहाँतक पत्र प्रकाशित करनेवाली कम्पनियाँ होती हैं उनपर साधारण कम्पनी कानून लागू होता है। जहाँ पत्र-स्वातन्त्र्य वा विचार-स्वातन्त्र्यका प्रश्न आता है वहाँ भी कुछ-न-कुछ ऐसी जिम्मेदारियाँ और उत्तरदायित्व पत्रोंपर आते ही हैं जो उन्हें कानूनमें बाँधते हैं। सबसे पहले देशका विधान पत्र-स्वातन्त्र्यका रूप निश्चित करता है। इसके बाद मानहानिका कानून (सिविल और फौजदारी), पेटेण्ट, कापी-राइट, अदालतोंके अधिकार, गुप्त सरकारी कागज, डाक विभागके अधिकार आदि पत्रस्वातन्त्र्यका रूप निश्चित करते हैं। पत्रकारको सबसे अधिक सावधान मानहानि कानूनसे रहना पड़ता है। किसी भी व्यक्ति वा सम्पत्तिकी मानहानि (दीवानी और फौजदारी दोनों कानूनों के अन्दर) नहीं की जानी चाहिये। लिखित मानहानि 'लिबेल'के अन्दर आ जाती है। लिखितमें संकेत और सचित्र मानहानि भी आ जाती है।

सं० रा० अमेरिकाके विधानमें ही पत्रस्वातन्त्र्य दे दिया गया है। संयुक्त राज्यके किसी-किसी राज्यके विधानमें स्पष्ट कहा गया है कि अच्छे उद्देश्यसे और औचित्यपूर्ण साध्यके लिए छपी सत्य बातें यदि मानहानि करनेवाली हों तब भी वे कानूनकी पकड़में नहीं आतीं।

मानहानि जब उपद्रवात्मक होती है तो सरकार अपनी ओरसे फौजदारी दावा दायर कर सकती है। अश्लीलता, राजद्रोह या अशिष्टतामें भी फौजदारी कानूनका सहारा लिया जाता है।

मानहानि कानूनमें भी अदालतके अपमानसे पत्रकारको बहुत डरना पड़ता है। किसीकी गिरफ्तारीसे लेकर उसकी अपीलके फैसलेतक

अदालतके मनपर असर करनेवाली कोई भी बात इस कानूनके अन्दर आ सकती है। जिन मामलोंमें अपीलका अधिकार है वे अपीलका फैसला हुए बिना अपूर्ण समझे जाते हैं।

मानहानि कानूनमें अदालतें बहुत ज्यादा हर्जाना दिलाती हैं। यदि किसी मोटरसे टकराकर या अन्य प्रकारकी दुर्घटनामें किसीका हाथ-पैर टूट जाय या नाक कट जाय तब भी शायद इतना हर्जाना नहीं मिलता जितना मानहानि साबित होनेपर अदालत दिलवाती है। इसी-लिए इस कानूनसे पत्रकारको सर्वाधिक सावधान रहना पड़ता है। सत्यका आश्रय तो सबसे बड़ी चीज है, पर कई मामलोंमें केवल सत्यके आश्रयसे काम नहीं चलता, अदालतके सामने सत्य साबित करना पड़ता है; सत्य साबित होनेपर भी सदुद्देश्य साबित करना पड़ता है।

हरएक मनुष्यको, जबतक वह अपना चौबीसों घण्टेका जीवन जनताको समर्पित नहीं करता, एकान्तकी और अपने व्यक्तिगत जीवनके कार्यकलापोंकी गोपनीयताका जन्मजात अधिकार रहता है। पत्रोंको इस विषयमें भी सावधान रहना पड़ता है।

यद्यपि समाचारपत्र जनताके प्रतिनिधि माने जाते हैं, पर कानूनकी दृष्टिसे वे 'जनोपयोगी वा सार्वजनिक उपयोगकी सेवा' नहीं करार दिये जाते। कानून उनको निजी उद्योग ही मानता है और इस अधिकारसे वह चाहे जो विज्ञापन या समाचार छापनेसे इनकार कर सकता है, कानून उसे बाध्य नहीं कर सकता।

जिस प्रकार साधारण कम्पनी कानून अखबार प्रकाशित करनेवाली कम्पनियोंपर लागू होता है उसी प्रकार साधारण दीवानी और फौजदारी कानून पत्रोंपर भी लागू होना चाहिये। जो अधिकार और कर्तव्य व्यक्तिका होता है वही पत्रका भी होता है। (ब्रिटिश) राष्ट्रमण्डलके देशोंमें यही सिद्धान्त स्थिर है। आस्ट्रेलियामें यदि कोई अलग प्रेस कानून है तो वह पत्र-स्वातन्त्र्य और व्यापक करनेके लिए ही है, सीमित करनेके

लिए नहीं । संयुक्त राष्ट्र अमेरिकाके विधानमें तो लिखित रूपसे पत्र-स्वातन्त्र्य और वाक्-स्वातन्त्र्य नागरिकको प्रदत्त है ।

भारतीय पत्र-कानूनोंका इतिहास

भारतके पत्रोंका समूचा इतिहास ही करीब-करीब सरकारसे लड़ाई-का इतिहास रहा है । भारतका पहला पत्र साप्ताहिक अंग्रेजी 'हिक्की गजट' था जो जनवरी सन् १७८० में निकला । यह एक अंग्रेजका पत्र था, फिर भी ११ महीनेके बाद ही गवर्नर जनरल वारेन हेस्टिंग्सने इस अभियोगमें कि पत्र अंग्रेजोंकी व्यक्तिगत पोल खोलकर अशान्ति पैदा करता है, एक आदेश निकालकर इसका डाकखानेसे भेजा जाना रोक दिया । सन् १७८५ में मद्रास प्रान्तमें पहला अखबार निकाला, पर १२ सालतक वहाँके अखबारोंकी सरकारसे लड़ाई चलती ही रही । सन् १७९५ में 'मद्रास गजट' से कहा गया कि बिना मिलिटरी सेक्रेटरीके दिखाये कोई सरकारी आदेश पत्रमें न छापा जाय । मद्रासके अखबारोंसे डाकखानेकी सुविधाएँ भी छीनी गयीं ।

उस समय बाकायदा कोई प्रेस कानून नहीं थे । ईस्ट इंडिया कम्पनी सरकारको यह अधिकार था कि वह किसी भी सम्पादकका यहाँ रहनेका लाइसेंस रद्द कर उसे देशसे निकाल बाहर करे (सभी पत्र-सम्पादक उस समय विदेशी ही थे ।) सुप्रीम कोर्टने भी इस सरकारी अधिकारको मान लिया था । सन् १७९९ में लार्ड वेलेजलीने कलकत्तेसे प्रकाशित होनेवाले पत्रोंके लिए नियम बनाये कि पत्रपर प्रिंटरका नाम छपे और सम्पादक-संचालकके नाम-पते सरकारको बताये जायँ तथा सरकारी सेंसरको बिना दिखाये कोई पत्र न छापा जाय ।

मद्रासमें भी सरकारी स्वीकृतिके बिना पत्र न छापनेकी रोक लगायी गयी और सन् १८११ में सरकारने कानून बनाकर अखबारपर रोज-रोज प्रिंटरका नाम छापना लाजमी कर दिया । गोरे पादरी अज्ञात नामसे लेख लिख-लिखकर सरकारको बहुत तंग करते थे । मुकदमोंमें

जज, सरकारकी कड़ी टीका करते थे। इन सबके छपनेपर रोक लगानेके लिए यह सब किया गया।

सन् १८१६ में कलकत्तेमें भारतीयों द्वारा चलाया गया पहला बड़ा पत्र 'दि बंगाल गजट' निकला। लार्ड हेस्टिंग्स अखबारोंका कर्तव्य जाननेवाले गवर्नर जनरल थे। भारतीय सम्पादकोंको ब्रिटेन भेजनेका नियम भी व्यर्थ था इसलिए सन् १८१८ में हेस्टिंग्सने सेंसरशिप उठा ली और सम्पादकोंके लिए कुछ सर्वसाधारण नियम बना दिये। कम्पनीके डाइरेक्टरोंके कोर्टको वे स्वीकार नहीं हुए। सन् १८२२ में एक अखबारके प्रश्नपर लार्ड हेस्टिंग्स और उनकी कौंसिलके सदस्योंमें मतभेद हुआ। इसीके लगभग राजा राममोहनरायने अपना साप्ताहिक निकाला और मिशनरियोंसे संघर्ष छेड़ दिया।

भारतमें पत्रों सम्बन्धी बाकायदा कानून सन् १८२३ में बंगालमें पहले पहल पास हुआ। 'एडम्स रेगुलेशन्स' इसका नाम था। बम्बईमें भी शीघ्र ही ऐसा कानून पास हुआ। इसके अनुसार पत्र छापनेके लिए लाइसंस लेना पड़ता था और मुद्रक-प्रकाशकके नाम और पते सरकारको बताने पड़ते थे। कानून भंग करनेपर ४००) तक जुर्माना हो सकता था।

इस कानूनके खिलाफ राजा राममोहनरायने तथा एक और सम्पादकने सुप्रीम कोर्टमें अपीलें कीं। वे असफल रहे। पर पत्रोंके अधिकार धीरे-धीरे बढ़ते गये। सन् १८२५ में लार्ड एमहर्स्टने और सन् १८३० में सर चार्ल्स मेटकाफने पत्र-स्वातन्त्र्यके सम्बन्धमें कुछ उदार विचार प्रकट किये थे।

सन् १८२६ में ईस्ट इण्डिया कम्पनीने आदेश दिया कि कम्पनीके नौकर किसी भी अखबारसे सम्बन्ध न रखें। बम्बईके गवर्नरकी कौन्सिलके एक सदस्यने अखबार निकाला था, इसीपर यह आदेश देना पड़ा था।

सन् १८३५ में बंगाल और बम्बईके पुराने सब कानून रद्द कर

मेटकाफ्स ऐक्ट नामका सारे भारतके लिए एक नया पत्र-कानून (सन् १८३५ का ११ वाँ कानून) बनाया गया। सन् १८६७ में दि प्रेस और रजिस्ट्रेशन आफ बुक्स ऐक्ट (सन् १८६७ का २५ वाँ कानून) बनाया गया जो अबतक चालू है। इसीके दूसरे भागमें मेटकाफ कानून भी सम्मिलित कर लिया गया था। मेटकाफ कानूनमें लाइसेन्स प्रथा रद्द कर रजिस्ट्रेशन प्रथा चालू की गयी थी। मेटकाफके पत्र-स्वातन्त्र्य-सम्बन्धी उदार विचारोंके कारण कम्पनी उनसे असन्तुष्ट हो गयी, पर भारतीय जनता उनसे खुश थी।

मेटकाफके उत्तराधिकारी आकलैण्ड भी उदार थे। उन्होंने सन् १८४१ में सरकारी नौकरोंपर पत्रोंसे सम्बन्ध न रखनेकी पाबन्दी उठवा दी। अबतक सारे नियम और कानून भारतीयों और अंग्रेजोंके पत्रोंके लिए एक-से थे। पर सन् १८५७ में दोनों तरहके पत्रोंमें परस्पर-विरोधी उत्तेजनात्मक चीजें छपने लगीं। १ सालके लिए छापाखानोंके लिए लाइसेंसवाला नियम फिर लागू किया गया।

सन् १८५८ में क्वीन विक्टोरियाने भारतका शासन अपने हाथमें लिया और भारतीयोंको शासन-व्यवस्थामें हिस्सा मिलने लगा। अगले २५ वर्षोंमें बहुतसे अखबार निकले जिनमेंसे टाइम्स आफ इण्डिया, पायोनियर, मद्रास मेल, अमृत बाजार पत्रिका, स्टेट्समैन, हिन्दू आदि अबतक चल रहे हैं।

सन् १८६७ में प्रेस एण्ड रजिस्ट्रेशन आफ बुक्स कानून पास हुआ। सन् १८९०, सन् १९१४ और सन् १९२२ में इसमें संशोधन हुए।

सन् १८५६-७० के वहाबी षड्यन्त्रके कारण सरकारने 'देशद्रोहात्मक' भाषणों और लेखोंको रोकनेके उद्देश्यसे ताजीरात हिन्दमें, पिनलकोडमें सन् १८७० में संशोधन कर दफा १२४ ए उसमें सम्मिलित की।

सन् १८७५ में सरकारी नौकरोंपर पत्रोंसे सम्बन्ध रखनेपर फिर कुछ प्रतिबन्ध लगाये गये।

मार्च सन् १८७८ में वर्नाक्यूलर प्रेस ऐक्ट पास किया गया।

इसीके आधारपर बादमें सन् १९३१ का इण्डियन प्रेस (एमरजेन्सी पावर्स) ऐक्ट भी पास किया गया था। मार्च सन् १८८१ में प्रेस कमिश्नरका पद तोड़ दिया गया। भारतीय पत्रोंने वर्नाक्यूलर कानूनकी कड़ी निन्दा की। इस कानूनके अनुसार सरकारको अधिकार दिया गया था कि वह कोई भी चीज छापनेसे रोक सकती थी। यह कानून जिस दिन पास हुआ उसके दूसरे ही दिन अमृत बाजार पत्रिका केवल अंग्रेजीमें छपने लगी। पहले यह पत्र अंग्रेजी और बंगला, दोनों भाषाओंमें छपता था। और भी भारतीय पत्र अंग्रेजीमें निकलने लगे।

सन् १८८१ में लार्ड रिपनने इस कानूनको वापस लिया।

सन् १८८३ में अदालतके अपमानका पहला मुकदमा भारतमें हुआ। इसमें श्री सुरेन्द्रनाथ बनर्जीको अपने पत्र 'बंगाली' में हाईकोर्ट पर टीका करनेके कारण २ मासकी सजा हुई। ये भारतमें ऐसे पहले व्यक्ति थे जिन्हें सार्वजनिक कार्यके लिए सजा हुई हो।

अक्तूबर सन् १८८९ में इण्डियन आफीशल सीक्रेट्स ऐक्ट पास हुआ। पत्रिकाने भोपाल और कश्मीरकी रियासतोंके बारेमें कुछ टीका-टिप्पणी की थी जिसकी वजहसे यह कानून सरकारने पास किया।

सन् १८९६ में बम्बईमें अकाल पड़ा और प्लेग फैला। इसपर लिखनेके कारण पूनेके केसरीके सम्पादक तिलकजीको १८ मासकी सजा दी गयी। सन् १८९८ में पिनल कोडकी धारा १२४ ए में फिर संशोधन कर नयी धारा बनायी गयी। एक नयी १५३ ए धारा भी कानूनमें जोड़ दी गयी। दफा ५०५ में भी संशोधन किया गया।

सन् १८८५ में भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेसकी स्थापना हुई। सन् १९०३ में सरकारने आफीशल सीक्रेट ऐक्टमें संशोधन करनेका प्रयत्न किया, पर उसका बड़ा विरोध हुआ।

सन् १९१० में सरकारने प्रेस ऐक्ट पास किया और पत्रोंसे जमानत माँगनेका अधिकार लिया।

मार्च सन् १९२१ में सरकारने एक कमेटी बनाकर सन् १८६७के प्रेस

ऐण्ड रजिस्ट्रेशन आफ बुक्स ऐक्ट, सन् १९१० के इण्डियन प्रेस ऐक्ट और सन् १९०८ के न्यूजपेपर (इनसाइटमेण्ट आफ आफेन्सेस) ऐक्ट पर पुनः विचार करनेको कहा। कमेटीने सिफारिश की कि अन्तिम दोनों कानून संकटकी स्थितिके लिए थे, इसलिए वापस ले लिये जाने चाहिये। पहले कानूनमें कमेटीने सुझाया कि अखबारपर सम्पादकका नाम भी छपना चाहिये। ये सब सिफारिशें लेकर सन् १९२२ का प्रेस ला (रिलीफ ऐण्ड अमेण्डमेण्ट ऐक्ट) पास किया गया। सन् १८९८ के फौजदारी कानूनमें दफा ९९ ए से ९९ जी तक, १८१ ए से १८१ सी तक और २७ ए से २७ डी तक नयी धाराएँ जोड़ी गयीं। सन् १८७८ के सी कस्टम्स ऐक्ट और सन् १८९८ के पोस्ट आफिसेस ऐक्टमें भी संशोधन किये गये।

सन् १९२२ में नरेन्द्र मण्डलके आग्रहपर, असेम्बलीके ठुकरानेपर भी गवर्नर जनरलने अपने विशेषाधिकारसे दी इण्डियन स्टेट्स (प्रोटेक्शन अगेन्स्ट डिसअफेक्शन) ऐक्ट जारी किया। सन् १९२३ में पुराने सन् १८८९ और सन् १९०३ के आफीशल सीक्रेट ऐक्ट वापस लिये गये और ब्रिटेनके इस सम्बन्धके सन् १९११ और सन् १९२० के कानूनोंमें भारतीय आवश्यकताओंके अनुसार परिवर्तन कर नया आफीशल सीक्रेट्स ऐक्ट बनाया गया। ये दोनों कानून बहुत कड़े थे।

सन् १९३० में सत्याग्रह आंदोलनके दिनोंमें सरकारने इण्डियन प्रेस आर्डिनेन्स पास किया। सन् १९३१ में सरकारने दि इंडियन प्रेस (एमरजेन्सी पावर्स) ऐक्ट पास किया। सन् १९३५ में एक कानून पास कर प्रेस ऐक्ट स्थायी बना दिया गया। सन् १९३२ में फारेन रिलेशन्स ऐक्ट पास किया गया। सन् १९३४ में दि इंडियन स्टेट्स (प्रोटेक्शन) ऐक्ट पास किया गया।

द्वितीय महायुद्धकालमें डिफेन्स आफ इण्डिया रूल्स, भारत रक्षा कानूनके अनुसार अखबारोंका दमन करनेके लिए सरकारने बहुतसे अधिकार लिये थे। ३० सितम्बर सन् १९४६ को ये समाप्त हो गये। सन् १९४६–४७ में बहुतसी प्रान्तीय सरकारोंने साम्प्रदायिक उपद्रवको

रोकनेके लिए अखबारोंके लिए भी आर्डिनेन्स जारी किये और विशेषाधिकार कानून पास किये। ये दस विशेष कानून सन् १९४८ में जारी थे—

सेण्ट्रल प्रेस (स्पेशल पावर), आसाम मेण्टेनेन्स आफ पब्लिक आर्डर, बंगाल स्पेशल पावर, बिहार पब्लिक आर्डर, बम्बई पब्लिक सेक्यूरिटी, सी० पी० बरार पब्लिक सेफटी, मद्रास पब्लिक आर्डर, पंजाब पब्लिक सेफटी, यू. पी. पब्लिक आर्डर और उड़ीसा पब्लिक आर्डर आर्डिनेन्स।

पत्र-कानून जाँच-समिति

इन सब पत्र-कानूनोंका अध्ययन कर भारतीय विधानमें वर्णित मौलिक अधिकारोंके अनुसार संशोधनोंकी सिफारिशें करनेके लिए भारत सरकारने १५ मार्च सन् १९४७ और ४ अक्तूबर सन् १९४७ को आदेश निकालकर एक पत्र-कानून जाँच-कमेटी बनायी। २२ मई सन् १९४८ को इस कमेटीने अपनी रिपोर्ट दे दी। कमेटीने अन्दाजा लगाया था कि उस समय भारतमें करीब ३९०० पत्र छपते थे जिनमें ३०० दैनिक थे तथा सबकी प्रसारसंख्या मिलाकर ७० लाख थी। अंग्रेजी तथा अन्य १२ भारतीय भाषाओंमें पत्र छपते थे। (१९४१ में भारतकी जनसंख्या ३० करोड़ और साक्षरता १२ प्रतिशत थी)।

कमेटीको जिन कानूनोंपर विचार करनेको कहा गया था उनकी सूची इस प्रकार है—

१. प्रेस एण्ड रजिस्ट्रेशन आफ बुक्स ऐक्ट सन् १८६७।

२. इण्डियन स्टेट्स (प्रोटेक्शन अगेन्स्ट डिसअफेक्शन) ऐक्ट, सन् १९२२।

३. आफीशल सीक्रेट्स ऐक्ट, सन् १९२३।

४. इण्डियन प्रेस (एमर्जेन्सी पावर्स) ऐक्ट, सन् १९३१।

५. फारेन रिलेशन्स ऐक्ट, १९३२।

६. इण्डियन स्टेट्स (प्रोटेक्शन) ऐक्ट, सन् १९३४।

७. इण्डियन पिनल कोड सन् १८६० की धारा १२४ ए, १४३ ए, और ५०५ ।

८. क्रिमिनल प्रोसेड्यूर कोड सन् १८९८ की धारा ९९ ए से ९९ जी तक ।

९. सी कस्टम्स ऐक्ट सन् १८७८ की धारा १९ और १८० ए से १८१ सी तक ।

१०. इण्डियन टेलिग्राफ ऐक्ट १८८५ की धारा ५ ।

११. इण्डियन पोस्ट आफिस ऐक्ट सन् १८९८ की धारा २५,२६, २७ ए से २७ डी तक ।

१२. प्रान्तीय जन-सुरक्षा कानूनोंकी सेंसरशिप और प्रकाशन-नियन्त्रण सम्बन्धी धाराएँ ।

(पत्र-कानून) प्रेस ला जाँच कमेटीने अपनी रिपोर्ट मई सन् १९४८ में सरकारको दे दी । सरकारने ३० मार्च सन् १९५१ को उस रिपोर्टपर अपनी सिफारिशें प्रकट की । सरकारने ताजीरात हिन्दकी धारा १२४ अ (राजद्रोह) और १५३ में संशोधन करना नामंजूर किया ।

नया प्रेस कानून

३१ अगस्त सन् १९५१ को उस समयके गृहमन्त्री श्री सी. राजगोपालाचारीने बहुतसे पुराने पत्र-कानूनोंको रद्द कर सर्व-संग्राहक और नये संविधानके अनुरूप एक नया प्रेस बिल पार्लमेण्टमें रखा । इसमें २४ धाराएँ हैं । सन् १९३१ के प्रेस (विशेषाधिकार) कानूनको रद्द करना मुख्य उद्देश्य था ।

भारतमें इस समय अखबारोंपर मुख्यतः यही, सन् १९५१ का, प्रेस (आपत्तिजनक लेख) कानून लागू है । पहले पहल पार्लमेण्टमें उपस्थित किया गया उस समय इसका नाम दि प्रेस (इनसाइटमेण्ट टु क्राइम) ऐक्ट सन् १९५१ था । प्रवर समितिमें नाम बदलकर दि प्रेस (आब्जेक्शनेबल मैटर) ऐक्ट, सन् १९५१ कर दिया गया और २७ सितम्बरको यह

फिर पार्लमेण्टमें आया। द्वितीय वाचनके समय इसकी अवधि २ साल तक रखना सरकारने स्वीकार कर लिया। ४ अक्तूबरको यह पार्लमेण्टमें पास हुआ और २३ अक्तूबरको इसपर राष्ट्रपतिके हस्ताक्षर हो गये और १ फरवरी सन् १९५२ से सरकारने इसे लागू कर दिया। इस कानूनके अनुसार पुराने बदनाम सन् १९३१ के प्रेस ऐक्टके साथ-साथ देशी राज्यों सम्बन्धी सन् १९२२ और सन् १९३४ के दोनों कानून और सन् १९३२ का फारेन रिलेशन्स कानून तथा विभिन्न प्रदेशीय सरकारों द्वारा लागू किये गये जन-सुरक्षा कानून वापस लिये गये।

नये कानूनकी दो विशेषताएँ बतायी जा सकती हैं। अब सरकारको छापनेके पहले सेन्सर करनेका कोई अधिकार नहीं रहा। बिना मुकदमा चलाये किसी अखबारको सजा देनेका (जमानत माँगना आदि) अधिकार भी सरकारको नहीं रहा। केवल जिला जज ही अखबारोंको चेतावनी दे सकते हैं, उनसे जमानत माँग सकते हैं, माँगी जमानत जब्त कर सकते हैं तथा पत्रकी प्रतियाँ या प्रेस जब्त कर सकते हैं। जिला जज भी जब सुनवाई करेंगे तो जूरियोंके सामने और ये जूरी अनुभवी पत्रकार ही होंगे। हर एक मामलेमें पत्रको हाईकोर्टमें अपील करनेका अधिकार भी मिल गया है।

कापीराइट

भारतमें १९१४ का कापीराइट कानून लागू है। सन् १९११ के इम्पीरियल कापीराइट कानूनमें भारतोपयोगी आवश्यक संशोधन कर यह कानून बनाया गया था। इस कानूनके मुताबिक और १८५७ के रजिस्ट्रेशन आफ बुक्स कानूनके मुताबिक सरकारके पास अपने प्रकाशनकी प्रतियाँ जमा करनेपर कापीराइटका अधिकार अपने आप प्राप्त हो जाता है, इसके लिए अलगसे रजिस्ट्रेशनकी जरूरत नहीं है। कापीराइटका अधिकार मूल रूपसे लेखकको प्राप्त होता है। लेखक लिखित रूपसे स्वयं या अपने प्रतिनिधिकी मार्फत अपना कापीराइट किसी दूसरेको पूरा या आंशिक दे सकता है या बेंच सकता है। लेखकके आजीवन

और मृत्युके बाद ५० सालतक कापीराइट कायम रहता है। दूसरेका कापीराइट लेखककी मृत्युके २५ साल बाद पूर्व-सूचना देकर खरीदा भी जा सकता है। १० प्रति शत रायल्टी देनी पड़ती है। कापीराइट की गयी चीजको कोई दूसरा पूरा या अधिकांश प्रकाशित नहीं कर सकता। उक्त साहित्य स्वयं मौलिक होना चाहिये। अनुवादका भी कापीराइट हो जाता है।

सार्वजनिक सभामें हुए राजनीतिक भाषणकी अखबारमें छपी रिपोर्टमें कोई कापीराइट नहीं रहता।

कापीराइट कानूनमें समाचारिक तत्त्व नहीं आता। यदि साहित्यिक-शाब्दिक रचनाकी कोई चोरी करता है तो वह जुर्म है।

यदि कोई कापीराइट अधिकार छीने तो ३ सालके अन्दर उसपर दीवानी दावा किया जा सकता है। फर्स्ट क्लास मजिस्ट्रेट और उससे ऊपरके न्यायाधिकारियोंकी अदालतोंमें ही कापीराइटके मुकदमे दायर किये जा सकते हैं।

जनसम्पर्क

सरकारी प्रचार विभाग

दुनियामें लोकतन्त्रात्मक भावोंकी वृद्धिके कारण अब हरएक सरकारको और बड़े-बड़े कारखानोंको अपने यहाँ जनसम्पर्क विभाग रखने पड़ते हैं। जनसम्पर्कका सबसे प्रभावकारी साधन अखबार होनेके कारण इस जनसम्पर्कका रूप पत्र-सूचना विभाग हो जाता है। सरकार सर्वाधिक साधन-सम्पन्न होती है, अतः वह विविध उपायोंसे काम लेकर अपने कार्यकलापोंका प्रचार करती है। वह अखबार नहीं निकालती और यह भी इसलिए कि वैचारिक क्षेत्रमें जनता और सरकारका हमेशा संघर्ष चलता रहता है और जिस अखबारका सरकारसे जरा भी सम्बन्ध हो. उसे जनता कोई बहुत प्रतिष्ठाकी दृष्टिसे नहीं देखती। फिर भी सरकारी पत्रसूचना विभागोंका यही प्रयत्न रहता है कि किसी-न-किसी प्रकारसे जनतामें प्रभावशाली पत्रोंसे अपना प्रच्छन्न और अप्रत्यक्ष सम्बन्ध रखे और उसे प्रभावित करती रहे। सरकारोंको इस बातका ध्यान रखना पड़ता है कि देशके अखबार सरकारी कार्यकलापोंके बारेमें क्या लिखते हैं। सरकारी मन्त्रियों और अखबारोंके बीच सम्पर्कका काम सरकारका सूचना विभाग करता है। विभिन्न अखबारोंकी कतरनें वह विभिन्न सरकारी विभागोंके मन्त्रियोंके पास भेजता है और उनकी बात अखबारों तक पहुँचाता है। इसके अतिरिक्त सूचना विभाग सरकारी कार्योंके सम्बन्धमें पुस्तिकाएँ छापता है, रेडियोको प्रचार-सामग्री देता है, अपनी मोटरोंसे, ग्रामोफोनों, फिल्मों और लाउडस्पीकरोंसे देहात-देहात जाकर प्रचार करता है।

सरकारी सूचना विभागका काम पत्रकारोंका है क्योंकि पत्रकार ही जनताका मनोविज्ञान अच्छी तरह जानते और सरकारी कार्यको

प्रकाशनीय समाचारोंके रूपमें परिवर्तन कर सकते हैं। इसके लिए फोटोग्राफी, ब्लाक, सिनेमा, व्यंगचित्र, विज्ञापन, प्रदर्शनियाँ, भाषण, इण्टरव्यू आदि सभी साधनोंका उपयोग किया जाता है। दृश्य और श्रव्य दोनों उपायोंसे सरकार जनतातक अपनी बातें पहुँचाती है और इन्हें प्रभावकारी करनेके लिए निरन्तर इन्हींपर जोर देती है ताकि जनता के सामने वे हमेशा बनी रहें।

दुनियाके देश अब अलग-अलग नहीं रह सकते इसलिए सरकारी सूचना-विभागोंको अपने देशके बाहर भी अपना प्रचार करना पड़ता है। बाहरके पत्रकारोंको अपने यहाँ बुलाने-घुमाने तथा बाहर अपनी बात पहुँचानेका काम भी सूचना-विभागोंको करना पड़ता है। नये-नये वैज्ञानिक संचारसाधनोंको सूचना-विभागको अपनाना पड़ता है।

भारत सरकारका सूचना-विभाग—भारत सरकारने सूचना और रेडियो कार्योंको एक विभागके अन्तर्गत रखा है। सन् १९४९ तक यह कार्य गृह-विभागके अन्तर्गत ही रहा, पर इसका इतना विस्तार हुआ कि उस साल इसे अलग राज्यमन्त्रीके जिम्मे किया गया। सूचना-विभागके अतिरिक्त हर एक मन्त्रालयके अपने-अपने अलग सूचनाधिकारी, दूतावासोंमें प्रेस अटैची, रेल तथा अन्य सरकारी दफ्तरोंमें जनसम्पर्क अफसर आदि हैं। विभिन्न राज्योंमें भी सूचना मन्त्री और सूचना-विभाग हैं। भारतके बड़े शहरोंमें भारत सरकारने अपने सूचना अधिकारी अलग से रखे हैं। सरकार अखबारों, रेडियो, फिल्मों, प्रकाशनों और विज्ञापनों के जरिये अपना काम करती है। यातायात विभागने विदेशियोंको भारतमें आकृष्ट करनेके लिए कई यात्री-सूचना दफ्तर भी खोले हैं। सरकारका फिल्म डिवीजन फिल्में तैयार करता है।

भारत सरकारका पत्र-सूचना-विभाग सन् १९५१ में १८६६ पत्रपत्रिकाओंको अपनी बुलेटिनें भेजता था। इनमेंसे ७३४ अंग्रेजीकी, ४०६ हिन्दीकी, २२१ उर्दूकी, ७३ बंगलाकी, १४४ मराठीकी, १२७ गुजरातीकी और ६१ तमिल पत्रपत्रिकाएं थीं। सन् १९५२ में पत्रपत्रिकाओं

की संख्या घटकर १५०० ही रह गयी। ३१ दिसम्बर सन् १९५२ को ७,५८,६२० रेडियो लाइसेंस प्रचलित थे। देशभरमें उस वर्ष ३२०० सिनेमा घरोंमें कोई ६० करोड़ आदमियोंने सिनेमा देखा।

विदेशोंके सूचना-विभाग—राजधानी दिल्लीमें तथा भारतके अन्य बड़े नगरोंमें विदेशोंके भी सूचना विभाग हैं। अमेरिका, ब्रिटेन, संयुक्त राष्ट्रसंघ, रूस, चीन तथा अन्य देशोंके सूचना-विभाग यहाँ काम करते हैं।

संयुक्त राष्ट्रसंघ—जनसम्पर्कका, पत्र सूचना-विभागका सबसे बड़ा संघटन संभवतः संयुक्त राष्ट्रसंघमें है। ४३ देशोंके ४०० पत्र संवाददाता, तथा ४०० रेडियो संवाददाता, फोटोग्राफर और टेलिविजन विशेषज्ञ वहाँ काम करते हैं। संघका अपना बृहत् सूचना विभाग अलग है। संसारकी सभी बड़ी समाचार एजेन्सियोंके कार्यालय वहाँ हैं। संघका सूचना-विभाग किसी प्रतिनिधिका भाषण १ घंटेके अंदर ही अपने प्रेस कार्यालयमें तैयार कर देता है। संघके शार्टवेव रेडियोपर ६२ देशोंके लिए २७ भाषाओंमें कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं। संवाददाताओंने अपनी संस्था बना ली है जिसके १३४ सदस्य हैं।

कारखाने—जनसम्पर्क-विभाग

जैसे-जैसे देशमें औद्योगिकीकरण बढ़ता जा रहा है, कारखाने अपने कार्यक्रममें जनसम्पर्क-विभाग स्थापित करने और कारखानेकी पत्रिकाएँ निकालनेकी योजनाएँ भी आगे बढ़ा रहे हैं। बड़े कारखानोंने अब अपने यहां जनसम्पर्क अफसर रखे हैं जो जनतासे सम्पर्क रखकर, अखबारोंसे संबंध बढ़ाकर, जनता तथा कारखाने दोनोंके लिए अधिक उपयोगी और लाभप्रद साबित हो रहे हैं।

जनसम्पर्क अफसर और कार्यालयके अतिरिक्त बड़े कारखाने अपने यहाँका हालचाल छापनेके लिए और अपने कर्मचारियोंका उत्साह बढ़ानेके उद्देश्यसे सचित्र पत्रिकाएँ भी निकालने लगे हैं। अपने यहाँ

तैयार होनेवाले मालके संबंधमें ये मनोरंजक फिल्में बनाकर भी दिखाते हैं। पत्रकारीका क्षेत्र इस दिशामें भी तेजीसे बढ़ रहा है।

विशेष विषयोंकी पत्रिकाएँ

समाचारपत्रोंके अतिरिक्त विविध व्यवसायों और वृत्तिवालोंके अपने अलग पत्र निकालनेकी प्रथा भी अब बढ़ती जा रही है। डाक्टरोंके, वैद्योंके, वकीलोंके, लोहेके कारखानोंके, अखबारी विज्ञापन दाताओंके, पुस्तक व्यवसाइयोंके पत्र या छोटी-छोटी पत्रिकाएँ अब निकलने लगी हैं और जैसे-जैसे इनकी आर्थिक स्थिति और संघटन बढ़ता जायगा, इस ओर भी क्षेत्र व्यापक होता जायगा। कृषि, ज्योतिष, शिक्षा, विज्ञान, सिनेमा और खेलकूदके पत्र भी अब बड़ी संख्यामें निकलने लगे हैं। वर्ग पहेलियोंके प्रचारके साथ उसको बढ़ानेवाले पत्र भी इधर निकले हैं। गृह विज्ञान, कलाकौशल, मोटर, विमानविद्या, पाकशास्त्र, इंजीनियरिंग, स्वास्थ्य साहित्य, उत्खनन, फोटोग्राफी, रेडियो, डाकटिकट, यातायात, म्युनिसिपल बोर्ड, रेल्वे कम्पनियाँ और जहाजी कम्पनियोंके सम्बन्धमें भी व्यावसायिक पत्रिकाएँ निकलती हैं।

रेडियो और टेलिविजन

रेडियो

पत्रकार-कला अब समाचारपत्रोंतक ही सीमित नहीं रही। पत्रोंके साथ रेडियो और टेलिविजन ये दो भी समाचार-प्रेषणके साधनोंके रूपमें आगे आये हैं। इसीलिए जब समाचार-स्वातंत्र्यकी रक्षाका प्रश्न आता है तब ये तीनों मिल जाते हैं। पर यह वहीं सम्भव है जहाँ पत्र, रेडियो और टेलिविजन तीनों सरकारी चंगुलसे स्वतंत्र रहते हैं। केवल अमेरिकामें तीनों स्वतंत्र हैं। यद्यपि सरकारका न होनेपर, धनिकोंका और इस प्रकार अप्रत्यक्ष रूपसे सरकारका भी कुछ थोड़ा असर उनपर रह ही जाता है।

रेडियो जब पहले पहल शुरू हुआ तो आशंका की जाती थी कि समाचारपत्रोंपर इसका बुरा असर पड़ेगा, पर अनुभवसे बात उलटी निकली। केवल रेडियोसे पाठकोंको संतोष नहीं होता और समाचारपत्र जितने सस्तेमें जितनी विविध सामग्री और स्थायी सामग्री देता है उतनी और वैसी रेडियो नहीं देता। रेडियोके आनेके बाद समाचारपत्रों-का प्रचार बढ़ा ही, घटा नहीं। रेडियोके समाचारोंसे पत्रकारोंको समाचारिक महत्त्व जाननेकी आसानी हो जाती है। इस दृष्टिसे समाचारोंके सम्पादनमें रेडियोने मदद ही की। रेडियोमें बहुत उच्चकोटि-के कलाकारोंकी आवश्यकता होती है। जब रेडियो अच्छे पत्रकारोंको अच्छे वेतनपर लेने लगे तो अखबारवालोंको भी पत्रकारोंको अच्छा वेतन देकर अपने यहाँ रखना पड़ा।

रेडियो-पत्रकारिताका आरम्भ सन् १९२० में हुआ जब अमेरिकामें उस सालके राष्ट्रपतिके निर्वाचनमें उम्मेदवारोंको मिले वोटोंका फल पिट्सबर्ग रेडियोपर श्रोताओंको सुनाया गया। धीरे-धीरे जनताके पास

भी हजारोंकी संख्यामें रेडियो सेट हुए और नये-नये पचीसों रेडियो स्टेशन भी खुले। बड़े समाचारके लिए कई स्टेशन एक साथ मिलकर उस बड़े देश भरमें समाचार पहुँचाते थे। सन् १९२६ में नेशनल ब्राडकास्टिंग कम्पनी खुली। सन् १९२७ में कोलम्बिया ब्राडकास्टिंग सिस्टम अस्तित्वमें आया। सन् १९४८ में टेलिविजन भी व्यापक रूपसे शुरू हुआ। रेडियो-पत्रकारीमें भी समाचारपत्रोंकी तरह सभी चीजें आवश्यक होती हैं—रिपोर्टर, समाचार-समिति, सम्पादक, घोषक, विज्ञापन, जनसम्पर्क। पत्रोंमें और रेडियोमें फर्क यह है कि रेडियो स्टेशन चलानेके लिए अमेरिकामें सरकारसे लाइसेन्स लेना पड़ता है। इस लाइसेन्सकी बदौलत फेडरल कम्युनिकेशन्स कमीशन वा सरकारके हाथमें कुछ नियन्त्रण आ जाता है। फिर भी अमेरिकामें रेडियो केवल सरकारके हाथमें नहीं है इसलिए रेडियोसे पत्रकारीकी बहुत सेवा होती है।

अन्य देशोंमें रेडियो सरकारी हैं। ब्रिटेनका ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कारपोरेशन एक अलग संस्थाकी तरह काम करता है। इसने समाचारोंके लिए विभिन्न देशोंमें अपने विशेष प्रतिनिधि रखे हैं जो रेडियोसे और तार-टेलिफोनसे लंदन रेडियोको खबरें देते रहते हैं।

अमेरिका, रूस, ब्रिटेन, इटली, हिन्देशिया आदि बहुतसे देश भारतके लिए भारतीय भाषाओंमें विशेष कार्यक्रम और समाचार प्रसारित करते हैं। भारतीय पत्रकारोंका क्षेत्र इस प्रकार यहाँ भी बढ़ रहा है।

गोवा और सीलोनके रेडियो स्टेशनोंसे भारतके लिए व्यावसायिक प्रोग्राम भी होते हैं। विज्ञापनदाताओंका कहना है कि ये प्रोग्राम भारतीय रेडियो कार्यक्रमोंसे अधिक सुने जाते हैं। व्यापारी संस्थाएँ इसलिए इस रेडियोसे विज्ञापन सुनवाती हैं। यहाँ भी पत्रकारोंकी आवश्यकता होती है।

रेडियोसे समाचारोंके अतिरिक्त खेलों आदिका आँखों देखा हाल दिया जाता है। इनका भी असर अखबारोंपर बुरा नहीं पड़ा है। पर यही बात व्यापारिक रेडियो प्रोगामोंके बारेमें नहीं कही जा सकती।

रेडियो सिलोन और रेडियो गोवाने भारतके श्रोताओंका अपने कार्यक्रमों द्वारा इतना ध्यान आकर्षित किया कि कार्यक्रमोंके बीच-बीच विज्ञापन सुनाये जाते हैं और कारखानोंका विज्ञापनोंके खर्चका बहुत बड़ा भाग अब अखबारोंके बजाय व्यापारिक रेडियोको मिलने लगा है। अखबारों की विज्ञापनकी आमदनीपर इसका कुछ असर अवश्य पड़ा है।

रेडियो और टेलिविजनमें समाचार प्रेषण करनेवाले कार्यकर्ता अब पत्रकार माने जाने लगे हैं और पत्रकार संघोंके सदस्य बननेकी इन्हें पूरी आजादी रहती हैं। भारतमें रेडियोका सारा काम सरकारी होनेके कारण यहाँ पत्रकार संघकी सदस्यताका प्रश्न नहीं उठता और रेडियोके सभी कार्यकर्ता सरकारी कर्मचारी रहते हैं और वे केवल अपने ट्रेड यूनियनोंमें ही शामिल हो सकते हैं।

टेलिविजन

पत्रकारीमें टेलिविजन भी अब निश्चित रूपसे शामिल हो गया है। समाचार भेजनेवाले पत्रकारोंमें पत्रकारीके जिस कौशलकी आवश्यकता होती है उससे अधिक कौशल टेलिविजन कैमेरावाले संवाद-दाताओंमें होना आवश्यक है। समाचार कहाँ मिल सकते हैं और समाचार क्या हैं, इसका महत्त्व जाननेके बाद तुरत घटना समाप्त होनेके पहले उसपर टेलिविजन कैमेराका प्रकाश डालकर फोटो ले लेना आज-कलके संवाददाताओंसे अधिक प्रत्युत्पन्नमतिकी अपेक्षा रखता है।

टेलिविजन अभी अमेरिका, ब्रिटेन, कनाडा, ब्राजील, क्यूबा, मेक्सिको, फ्रांस, रूस, चेकोस्लोवाकिया, जर्मनी, हालैण्ड, डेनमार्क, स्विटजरलैण्ड और अर्जेण्टीनामें हैं। पर नाम लेने लायक प्रगति अमेरिका, ब्रिटेन और कनाडामें ही हुई है। अमेरिकामें तो लगभग २ करोड़ सेट लोगोंके इस्तेमालमें हैं। वहाँ टेलिविजनके क्षेत्रमें समाचार-समितियाँ और समाचारपत्र उतर पड़े हैं। वहाँकी सबसे बड़ी समाचार-समिति असोशिएटेड प्रेसने अप्रैल सन् १९५२ में टेलिविजन-समाचार क्षेत्रमें उतर पड़नेकी घोषणा की। न्यूज असोसिएशनने 'स्पाट ज प्राडक्शन्स,

इनकारपोरेटेड' नामकी एक कम्पनी बनायी जिसके अमेरिकाके ४२ राज्योंमें और ४४ विदेशोंमें कैमेरा-संवाददाता नियुक्त हो चुके हैं। 'सेण्ट लूई डिस्पैच' अखबारके सेण्ट लूई स्टेशनने सबसे पहले इस नयी न्यूज-सर्विसका उपयोग करना शुरू किया है।

जो बात रेडियोकी हुई वही टेलिविजनकी भी हुई। टेलिविजन आनेसे समाचारपत्रोंपर बुरा असर तो नहीं ही पड़ा, उलटे समाचारपत्रों का लाभ ही हुआ।

मार्च सन् १९५१ में अमेरिकामें भ्रष्टाचार विरोधी-कानून कमेटीकी अदालत जब न्यूयार्कमें बैठी तो टेलिविजनका पहला बड़ा प्रयोग हुआ। लाखों लोग अपना काम-धन्धा छोड़कर कई दिनतक टेलिविजनपर अदालतकी काररवाई देखते-सुनते रहे। पर इससे समाचारपत्रोंकी बिक्री घटी नहीं, उलटे बढ़ी ही।

टेलिविजनका इससे बड़ा प्रयोग अप्रैल सन् १९५१ में मैकआर्थरकी बरखास्तगीके बाद वाशिंगटनमें उनके हुए स्वागत और कांग्रेसमें भाषण के समय किया गया। १९ अप्रैलको मैकआर्थरका कांग्रेसमें भाषण हुआ। इसमें तथा उनके स्वागत प्रदर्शनमें रेडियो और टेलिविजन दोनोंका खूब प्रयोग हुआ, पर अखबारोंकी बिक्रीपर इसका कोई असर नहीं पड़ा। जुलाई सन् १९५२ से नवम्बर सन् १९५२ तक अमेरिकामें राष्ट्रपतिके चुनावकी धूम थी और इसमें टेलिविजनका प्रयोग खूब हुआ। पर उसका भी असर अखबारोंपर नहीं पड़ा।

२ जून सन् १९५३ को लन्दनमें ब्रिटेनकी महारानी एलिजाबेथ द्वितीयका राज्यारोहण समारोह हुआ। ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कारपोरेशन ने उसका प्रसारण टेलिविजनसे किया। इससे ३ करोड़ लोग अपने घरमें बैठे राज्याभिषेक उत्सवका आनन्द ले सके। इसके पहले केवल कुछ चुने हुए धनी और अधिकारी व्यक्तियोंको ही वेस्टमिन्स्टर गिरजे में यह समारोह देखनेका अवसर मिलता था।

रेडियो और टेलिविजनका प्रभाव आर्थिक दृष्टिसे पत्रोंपर बुरा नहीं

पड़ा है, पर समाचारोंके रूपपर इन दोनोंका प्रभाव अवश्य अधिकाधिक स्पष्ट होता जा रहा है। लोग जब किसी घटनाका टेलिविजन और रेडियोपर प्रत्यक्ष दर्शन और श्रवण कर लेते हैं तो वे अब समाचारपत्रोंमें उन घटनाओंके कारणोंका विस्तृत विवेचन और उनके भावी महत्त्वका समालोचन अधिकाधिक चाहने लगे हैं। पहले समाचारपत्रोंका एक अलिखित नियम-सा था कि पत्र केवल समाचार दे, उनपर अपनी राय या स्पष्टीकरणका विस्तार न करे। राय तो अब भी पाठक नहीं चाहते, पर स्पष्टीकरण-विवेचन वे अधिक चाहने लगे हैं।

पत्रकला-शिक्षण

पत्रकला सबसे अधिक महत्त्वका सामाजिक उत्तरदायित्व होनेपर भी कानून या डाक्टरीकी पढ़ाईकी तरह इसकी बाकायदा ट्रेनिंग यानी प्रशिक्षणकी ओर विशेष ध्यान नहीं दिया गया है। इसका कारण यह है कि पत्रोद्योगका विकास किसी निश्चित उद्देश्यसे नहीं हुआ है और इसके लक्ष्य तथा क्षेत्र इतने विविध रहे हैं कि हमपेशेकी जो एक चेतना रहती है वह इसमें बहुत बादको आनी शुरू हुई।

भारतकी आधुनिक पत्रकलापर ब्रिटिश पत्रकलाका ही सर्वाधिक प्रभाव रहा है, पर ब्रिटेनमें भी पत्रकारी सिखानेकी कोई विश्वविद्यालयीन व्यवस्था नहीं है। पत्रकारोंको कोई परीक्षा नहीं देनी पड़ती। द्वितीय महायुद्धके पहले लन्दन विश्वविद्यालयमें पत्रकारीके डिप्लोमाकी व्यवस्था थी, पर वह व्यावहारिक अनुभवके अभावके कारण असफल-सी रही। ब्रिटेनमें केवल एक ट्रेनिंग कालेजमें पत्रकलाके शिक्षणकी आंशिक व्यवस्था है। शिक्षणकी या डिग्रीकी कोई व्यवस्था न होनेसे पत्रकला सम्बन्धी व्यापक पुस्तकोंकी भी बहुत कमी रही है।

कुछ समाचारपत्रोंमें पत्र स्वयं अपने यहाँ पत्रकार तैयार करनेके लिए कोर्स या पढ़ाई चलाते हैं। ब्रिटेनमें केम्सली दलके अखबारोंके लिए दिसम्बर सन् १९४७ से कई साल तक ऐसी पढ़ाई चली थी।

अमेरिकामें सबसे पहले सन् १९०५ में विसकान्सिन युनिवर्सिटीमें पत्रकारीका कोर्स खुला था। मिसौरी युनिवर्सिटीमें सन् १९०७ में पत्रकारीका स्कूल खुला। पत्रसञ्चालक पुलित्जरके धनसे सन् १९१२ में कोलम्बिया युनिवर्सिटीमें भी पत्रकारीका स्कूल खुला। पत्रकारीकी शिक्षा की सबसे अधिक व्यवस्था अमेरिकामें ही है।

जापान और रूसमें १३-१३ विश्वविद्यालयोंमें पत्रकारिता सिखायी जाती है। रूसके कीएव विश्वविद्यालयमें ४ सालका कोर्स है।

दुनियाभरके २६ देशोंमें ५०० विश्वविद्यालय तथा अन्य उच्च शिक्षाकी संस्थाएँ अपने यहाँ पत्रकारीकी डिग्री या डिप्लोमा देती हैं।

भारतमें सन् १९४७ के पहले केवल एक पञ्जाब युनिवर्सिटीमें पत्रकारीका कोर्स था। (पञ्जाब विश्वविद्यालयका पुराना जर्नलिज्म कोर्स पाकिस्तानके बननेके बाद भी लाहौरमें चालू है। भारतमें यह कोर्स दिल्लीमें चल रहा है।) जनवरी सन् १९४७ में मद्रास युनिवर्सिटीमें एक डिप्लोमा कोर्स शुरू हुआ। कलकत्ता विश्वविद्यालयमें भी इसके शिक्षणकी व्यवस्था है। आगरेमें भी हालमें शिक्षणकी व्यवस्था की गयी है।

जून सन् १९५२ में नागपुर युनिवर्सिटीने हिस्लाप कालेजमें ग्रेजुएट छात्रोंके लिए पत्रकारीका एक सालका डिप्लोमा-कोर्स चलाया। पहले साल ४६ छात्र लिये गये थे। असाधारण छात्रोंके लिए ग्रेजुएट न होनेपर भी सर्टिफिकेटकी व्यवस्था है। छात्रोंने एक प्रेस क्लब भी बनाया है तथा 'दि जर्नलिस्ट' नामकी अपनी एक पत्रिका भी वे निकालते हैं।

पत्रकारीकी पवित्रताकी रक्षा और उन्नति अच्छे पत्रकारोंपर और उनकी यथेष्ट संख्यामें उपलब्धिपर ही निर्भर है। पत्रकारोंका बौद्धिक और वृत्ति-सम्बन्धी स्तर जितना ऊँचा रहेगा, पत्रकारी उतनी ही ऊँचे दरजेकी होगी। यह तभी सम्भव है जब पत्रकारोंकी शिक्षा और व्यावहारिक प्रशिक्षण अच्छे ढंगसे हो। जितना जोर शिक्षा-संस्थामें होनेवाली शिक्षापर दिया जाय, उतना ही अखबारोंके दफ्तरोंमें व्यावहारिक शिक्षणपर भी दिया जाय। विभिन्न देश अपने-अपने यहाँके पत्रकारोंको दूसरे देशोंके अखबारोंके दफ्तरोंमें भेजें और अपने यहाँके अखबारोंमें विदेशोंसे पत्रकारोंको बुलावें। पत्रकार खुद अपनी मेहनतसे और अपनेसे बड़ोंका काम देखकर जितना सीख सकता है उतना दूसरेके सिखानेसे नहीं। अच्छे-अच्छे अखबार देखकर उसके सम्पादनसे जितनी बातें

ग्रहण की जा सकती हैं, उतनी केवल पत्रकारोंकी पुस्तकें पढ़कर नहीं जानी जा सकतीं।

पुस्तकें—जहाँतक पुस्तकोंका सम्बन्ध है, पत्रकारकला सम्बन्धी पुस्तकोंकी एक छोटी-सी सूची हम बादमें दे रहे हैं, पर पत्रकारको व्यापक दृष्टिका और अपनी सामाजिक संस्कृतिसे पूर्णतः परिचित होनेके लिए आवश्यक है कि वह कुछ ऐसे ग्रन्थोंका अध्ययन करे जिससे उसकी बौद्धिक और मानसिक पृष्ठभूमि पत्रकारीके अनुकूल बने।

किसी भी भारतीय पत्रकारके लिए श्रीमद्भगवद्गीताको समझना अत्यावश्यक है। गीतामें प्राचीन भारतीय संस्कृति, वाङ्मय और दर्शनका सार गागरमें सागरकी तरह भरा है। गीताकी टीकाएँ और विशेषतः लोकमान्य तिलकका गीता-रहस्य और गांधीजी तथा विनोबाजीकी संक्षिप्त टीकाएँ अवश्य पढ़नी चाहिये।

दुनियाके इतिहासका क्रमिक विकास जाननेके लिए नेहरूजीकी पुस्तकें और एच. जी. वेल्सकी 'हिस्ट्री आफ दी वर्ल्ड' अवश्य पढ़नी चाहिये।

बीसवीं सदीका दर्शन जाननेके लिए मार्क्सका 'दास कैपिटल' या वह अधिक कठिन मालूम हो तो समाजवाद सम्बन्धी कोई अच्छी पुस्तक (उदाहरणार्थ सम्पूर्णानन्दजीका 'समाजवाद') पढ़ना जरूरी है।

यह युग विज्ञानका है और जबतक आधुनिक विज्ञानके विकासका इतिहास कोई न जाने उसकी जानकारी अधूरी रहेगी। इसके साथ-साथ श्री जोडकी 'गाइड टु माडर्न थाट' पुस्तक पढ़नेकी सिफारिश की जा सकती है।

पत्रकारोंके लिए सबसे बड़ा ज्ञान-कोश दैनिक अखबारोंमें मिलता है। कोई भी अच्छा दैनिक अखबार रोज सावधानीसे पढ़नेकी आदत अवश्य डालनी चाहिये। अमेरिकाका 'टाइम' साप्ताहिक पढ़ना विभिन्न विषयोंके सर्वसाधारण सामान्य ज्ञानकी दृष्टिसे आवश्यक मालूम होता है।

इनके अलावा पत्रकलाके सम्बन्धकी कुछ महत्त्वकी पुस्तकोंके नाम यहाँ दिये जा रहे हैं—

पत्र और पत्रकार—कमलापति शास्त्री, ज्ञानमण्डल लिमिटेड, बनारस ५) ।

बातमीदार—टिकेकर, १९६/३० सदाशिव पेट, पूना २, २) ।

फ्रीडम आफ इन्फार्मेशन—हर्बर्ट ब्रकर; मैकमिलन, न्यूयार्क; ४ डालर ।

न्यूजपेपर डिजाइनिंग—जान ई एलेन; हार्पर एण्ड ब्रदर्स, न्यूयार्क; ६ डालर ।

दि न्यूजपेपर–इट्स मेकिंग ऐण्ड मीनिंग—चार्ल्स स्क्रिब्नेर्स सन्स, न्यूयार्क, २ डालर ।

पिक्टोरियल जर्नलिज्म—लारा विट्रे ऐण्ड जान मिल्स, मैक ग्राहिल बुक कं० न्यूयार्क, ४'७५ डालर ।

एक्स्प्लोरिंग जर्नलिज्म—रोलैण्ड ई वूल्जले ऐण्ड लारेंस आर कैम्पबेल, प्रेण्टिस-हाल इनका० न्यूयार्क ५'६५ डालर ।

दि केम्सली मैनुएल आफ जर्नलिज्म—कासल्स, २५ शि.

प्रेस, फिल्म एण्ड रेडियो—यूनेस्को, ५ खण्ड ।

इण्डियन प्रेस ईयर बुक—वार्षिक—५८५ पाइक्राफ्ट्स रोड, मद्रास ५ ।

न्यू आउटलाइन सर्वे आफ जर्नलिज्म—मॉट ऐण्ड अदर्स, बार्नेस ऐण्ड नोबल इनका० न्यूयार्क, १'७५ डालर ।

न्यूयार्क टाइम्स और लन्दन टाइम्सके बड़े इतिहास-ग्रन्थ

पत्रकारोंको निर्देशके लिए 'कीसिंग्स' अवश्य रखना चाहिये । जुलाई सन् १९३१ से दुनिया भरके समाचारोंको एक जगह एकत्र कर साप्ताहिक बुलेटिनोंके रूपमें और पूर्णताके साथ देनेके लिए इसका प्रयत्न रहा है । सूची भी रहती है और पुस्तकाकार जिल्दमें हर हफ्तेकी रिपोर्टें नत्थी करनेकी व्यवस्था रहनेसे बहुत सहूलियत हो जाती है । इसके अंग्रेजी, फ्रेंच, डच और जर्मन संस्करण निकलते हैं । अंग्रेजी संस्करण सबसे ज्यादा चलता है ।

पत्रोद्योगकी जाँच

पत्रकारोंकी आर्थिक दुरवस्थाकी जाँच अन्तर्राष्ट्रीय श्रम संघटनने भी की है। सन् १९५२ में तैयार की गयी इसकी रिपोर्टमें कहा गया है कि आधुनिक समाज-संघटनमें पत्रकारीका महत्त्व दिन-दिन बढ़ता जा रहा है। पत्रकारोंकी स्थिति सुधारनेके लिए और प्रयत्नोंकी आवश्यकता है।

ब्रिटिश प्रेस कमीशन

ब्रिटेनमें लेबर पार्टीके लोगोंको शिकायत थी कि अखबार सब कनजर्वेटिव पूँजीपतियोंके शिकंजेमें हैं। वहाँके श्रमजीवी पत्रकारोंकी सबसे बड़ी संस्था नेशनल यूनियन आफ जर्नलिस्ट्सके दो सदस्योंके, जो पार्लमेण्टके भी सदस्य थे, प्रस्तावपर २९ अक्टूबर सन् १९४६ को कामन सभामें बहस हुई और पत्रोद्योगकी जाँचके लिए सरकारने अप्रैल सन् १९४७ में एक कमीशनकी स्थापना की। अध्यक्ष सर डेविड रास थे।

कमीशनने ३० अप्रैल सन् १९४७ से १३ जून सन् १९४९ तक दो सालमें १२३ बैठकें कर अपना काम पूरा किया। इसकी रिपोर्ट ३६२ पृष्ठकी है। साधारणतः रिपोर्टमें कहा गया है कि ब्रिटेनके पत्रोद्योगकी स्थितिसे चिन्ता करनेकी कोई आवश्यकता नहीं है। भ्रष्टाचार इसमें घुसा नहीं है। 'क्वालिटी' और 'पापुलर' पत्रोंके बीचकी खाई अधिक चौड़ी है, इसे भरना होगा। किसी सरकारी नियन्त्रणकी आवश्यकता नहीं है, पर समाचारपत्रोंको ही कमसे कम २५ सदस्योंकी एक प्रेस कौंसिल बनानी चाहिये। जुलाई सन् १९४९ में कामन सभाने इसे स्वीकार कर लिया। कमीशनने कहा था कि 'कौंसिल'के अध्यक्ष और एक पंचमांश सदस्य बाहरके हों, पर पत्रकारोंने इसे नहीं माना। 'कौंसिल' बनानेके प्रश्नपर पत्रकारोंमें भी मतभेद था।

रिपोर्ट छपनेके चार साल बाद १ जुलाई सन १९५३ को 'प्रेस कौंसिल'

बन पायी। इसमें १५ सम्पादकीय और १० व्यवस्थापकीय प्रतिनिधि हैं। २२ जुलाईको कौंसिलकी पहली बैठकमें टाइम्सके कर्नल जे. जे. ऐस्टर अध्यक्ष और 'यार्कशायर पोस्ट' के सम्पादक डब्लू. एल. एण्ड्रू उपाध्यक्ष चुने गये। न्यूजपेपर्स प्रोप्राइटर्स असोसिएशनके सेक्रेटरी श्री बर्नार्ड आल्टन कौंसिलके स्थानापन्न सेक्रेटरी नियुक्त किये गये हैं। राजकुमारी मार्गरेटके सम्भाव्य विवाहके सम्बन्धमें डेली मेलने जो मतगणना की उसे ब्रिटिश पत्रकारीकी परम्पराके विरुद्ध कहकर कौंसिलने उसकी निंदाका प्रस्ताव पहली बैठकमें पास किया।

दक्षिण अफ्रिका—सन् १९५० में केपटाउन सुप्रीम कोर्टके न्यायाधीश जे० डब्लू वान जिलकी अध्यक्षतामें ७ सदस्योंका एक प्रेस कमीशन सरकारने नियुक्त किया।

मिस्रके विधानमें लिखा है कि पत्रोंके संचालकों और कर्मचारियोंके झगड़े आपसमें ही समझौतेसे हल करने होंगे।

भारतीय प्रेस कमीशन

२३ सितम्बर सन् १९५२ को भारत सरकारने प्रेस कमीशनकी नियुक्तिकी घोषणा की। इसका उद्देश्य भारतमें पत्रपत्रिकाओं, समाचारसमितियों और फीचर सिण्डिकेटोंकी वर्तमान अवस्था और भावी विकाश-दिशा, नीति-व्यवस्थाके सम्बन्धमें जाँच करना है। इसके ११ सदस्य हैं जिनके नाम ये हैं—(१) विचारपति (गणपत सखाराम) जी. एस. राजाध्यक्ष (अध्यक्ष) (२) श्री सी. पी. रामस्वामी ऐयर, (३) आचार्य नरेन्द्रदेव, (४) डाक्टर जाकिर हुसैन, (५) डाक्टर वी. के. आर. वी. राव (विजयेन्द्र कस्तूरी रंग वरदराज राव), (६) श्री पी. एच. पटवर्धन, (७) श्री त्रिभुवननारायण सिंह, (८) श्री जयपाल सिंह, (९) श्री ए. डी. मणि, (१०) श्री ए. आर. (आत्माराम राव जी) भट तथा (११) श्री एम. चलपतिराव।

कमीशन्स आफ इन्क्वायरी ऐक्ट सन् १९५२ के अनुसार इसे अदालतके अधिकार दिये गये और इससे कहा गया कि १ मार्च १९५३ तक

यह अपनी रिपोर्ट सरकारको दे दें। (बादमें यह अवधि ८ महीने और बढ़ाकर ३१ अक्तूबरतक कर दी गयी। इसे और बढ़ाना पड़ेगा। अब जुलाई सन् १९५४ तक रिपोर्ट मिलनेका आशा है।)

कमीशनकी पहली बैठक ११-१२ अक्तूबरको हुई जिसके बाद कमीशनने अपनी कार्यसूचीपर लोगोंसे प्रारम्भिक पत्रक मँगवाये। ६ से १९ दिसम्बर सन् १९५२ तक कमीशनकी बैठकें इन पत्रकोंपर विचार करनेके लिए हुईं और कई प्रश्नावलियाँ तैयार की गयीं। एक प्रश्नावली (क्यू १) १३ जनवरीसे ६००० सञ्चालकोंके पास भेजी गयी जिसका उत्तर देना उनके लिए अनिवार्य था। एक प्रश्नावली (जी क्यू) सर्वसाधारणके लिए बनायी गयी और इसकी १०००० प्रतियाँ लोगोंके पास भेजी गयीं। २८ फरवरी सन् १९५३ तक सबसे उत्तर माँगे गये पर बादमें उत्तर भेजनेकी अवधि ३० अप्रैलतक बढ़ा दी गयी थी।

कमीशन इन उत्तरोंपर विचार करनेके बाद भारतके विभिन्न पत्र केन्द्रोंके दौरेपर निकलेगा। तीन महीने दौरा करनेके बाद वह अपनी रिपोर्ट तैयार करेगा।

भारतीय श्रमजीवी पत्रकार फेडरेशनने अप्रैल सन् १९५२ में कलकत्ते के अपने वार्षिक अधिवेशनमें प्रस्ताव पास कर प्रेस कमीशनकी स्थापना की माँग की थी। फेडरेशनके अध्यक्ष श्री चलपतिराव कमीशनके सदस्य हैं।

कमीशनके सेक्रेटरी श्री मुरारीलाल चावला (४३) नियुक्त किये गये थे, पर १९ फरवरी सन् १९५२ को सहसा उनका देहान्त हो गया। नये सेक्रेटरी श्री एस. गोपालन हैं।

कमीशन का पता यह है—प्रेस कमीशन, गवर्मेण्ट आफ इंडिया, ३२२-३२७, ब्लाक २ ए. शाहजहाँ रोड हटमेण्ट्स, पोस्ट आफिस बाक्स ५६१, नयी दिल्ली।

अन्य प्रयत्न

प्रेस कमीशनकी स्थापनाके पहले भारतमें पत्रोद्योगकी जाँचके लिए

दो सरकारी प्रयत्न हो चुके थे। एक कमेटी उत्तर प्रदेशमें बनायी गयी थी और एक मध्यप्रदेशमें, पर इनकी जाँचकी परिधि सीमित थी तथा इनकी रिपोर्टोंपर उक्त राज्योंकी सरकारोंने कुछ किया भी नहीं।

उत्तर प्रदेशीय पत्रोद्योग जाँच कमेटी १८ जून १९४७ के आदेशानुसार स्थापित हुई थी। जनवरी सन् १९४८ में कमेटीका पुनस्संघटन किया गया। सन् १९५० में इस कमेटीकी रिपोर्ट प्रकाशित हुई। पर प्रेस कमीशनकी अवाईमें सरकारने इस रिपोर्टकी सिफारिशोंपर विचार करना आवश्यक नहीं समझा और यह ऐसी ही पड़ी है।

पत्रोंमें काम करनेवाले पत्रकारोंकी कोआपरेटिव बनाकर उसके द्वारा अखबार चलानेके प्रयत्न भारतमें भी हुए, पर उन्हें अपेक्षित सफलता नहीं मिली। बम्बईमें भारत ग्रुपके तीन अखबारोंको इस तरह चलाने का प्रयत्न हुआ पर कुछ ही महीनोंमें अखबार ही बन्द कर देने पड़े।

लखनऊमें नेशनल हेराल्ड, नवजीवन, कौमी आवाज भी कोआपरेटिवकी ओरसे चलानेका प्रयत्न हुआ, पर फरवरी सन् १९५२ में व्यवस्था फिर पुराने मैनेजिंग डाइरेक्टरको दी गयी।

पाँचवाँ भाग

परिशिष्ट विषय

समाचार-संग्रह-संघटनका सर्वोत्तम नमूना

कार वान आन्दा रोज दोपहरके बाद दफ्तरका एक चक्कर लगाते थे। राष्ट्रीय-अन्तर्राष्ट्रीय सब समाचारोंकी उस दिनकी तसवीर अपने दिमागमें खींचकर वे खाना खाने और एक झपकी नींद लेने घर चले जाते थे। रात दस बजेके करीब वे दफ्तरमें लौटते थे और रात भर काम करते थे। उनका कहना था कि 'देवदूतके दैनिक रजिस्टरकी खानापूरी करनेवालों' के लिए यही सबसे उपयुक्त समय है।

१४ अप्रैल सन् १९१२ रविवार था, रातमें समाचारोंका बड़ा टोटा था। केवल दो स्थानीय समाचार पहले पृष्ठके लायक थे, वे भी मामूली हत्याओंके समाचार थे। रिपब्लिकन पार्टीके नेतापदके लिए टाफ्ट-रूजवेल्टकी रस्साकशीके भी दो राजनीतिक समाचार वाशिंगटनसे आये थे। एक समाचार एक गिरजेकी छत गिरने और उससे दो मजदूरोंके मरनेका भी था। सबेरे रविवारके साप्ताहिक संस्करणमें ह्वाइट स्टार कम्पनीके, दुनियाके सबसे बड़े और सबसे नये, आरामके सब साधनोंसे सज्ज 'टिटैनिक' जहाज का दो कालमका चित्र छपा था। यह जहाज २१८० यात्री लेकर न्यूयार्ककी ओर आ रहा था और मंगलवारको तीसरे पहर न्यूयार्क पहुँचनेवाला था।

रातको १-२० हुआ। पहला संस्करण नीचे तहखानेके बड़े छापाखानेमें छप रहा था। १७ वीं मञ्जिलपर रिपोर्टरोंका कमरा सूना हो चला था। एक रिपोर्टर कुछ पढ़ रहा था और दो चपरासी इधर-उधर देख रहे थे। प्रबन्ध-सम्पादक आन्दा बेचैन थे, कोई सनसनीदार खबर

ही नहीं थी। वे अपने छोटे कमरेमें चले गये और दिन भरकी धकाधकी के बाद शान्तिसे सोये हुए न्यूयार्क शहरकी ओर अपनी खिड़कीसे देखने लगे।

उन दिनोंमें तार १८ वीं मञ्जिलपर आते थे और लकड़ीके बक्सोंमें नीचे समाचारवाले सम्पादकीय कमरेमें भेजे जाते थे। जब बहुत सन-सनीदार समाचार होते तो बक्स लटकानेवाली रस्सी खूब जोर-जोरसे हिला दी जाती थी।

१-२० पर रस्सी जोर-जोरसे हिलने लगी, जैसे खुद ही पागल हो गयी हो। समाचारके कमरेमें बैठे सब लोग चौंक गये। चपरासी तुरत बक्सके पास दौड़ गया और उसमें रखा असोशिएटेड प्रेसका बुलेटिन रातवाले सम्पादक जैक पेनके पास ले आया। बुलेटिनपर नजर दौड़ाते ही पेन उछल पड़ा और प्रबन्ध-सम्पादक आन्दाके कमरेमें दौड़ गया। आन्दाने बुलेटिन देखा—

केप रेस, रविवार रात, १४ अप्रैल (अ. प्रे.)—रात १०-२५ पर ह्वाइट स्टार लाइन कम्पनीके 'टिटैनिक' जहाजने बेतारसे यहाँके मारकोनी स्टेशनपर गुहार भेजी है। कहा है कि जहाज समुद्रमें बहते हुए एक बरफके पहाड़से टकरा गया है और तुरत सहायताकी आवश्यकता है।

वान आन्दा तुरत दौड़ने लगे। सबको अलग-अलग आदेश दिया। सम्पादकीय कमरा जो पहले संस्करणके प्रेसपर चले जानेके बाद शान्त हो गया था, वान आन्दाके आदेशोंसे गूँजने लगा। कम्पोज-घरमें मेक-अपके आदमीको टेलिफोनसे आर्डर गया कि पहले पृष्ठपर मुख्य समाचारको हटाकर अ. प्रे. की नयी बुलेटिनके लिए जगह बनाओ। 'टिटैनिक' जिस दिन सदम्पटनसे रवाना हुआ था, उस दिनका विवरण भी इस बुलेटिनके साथ जोड़ना था। शीर्षक भी बन गया—टिटैनिक बीच महासागरमें डूब रहा है; बरफके पहाड़से टकराया।

डाक संस्करणमें इतना देनेके लिए भी समय नहीं था, पर मेक-

अपवाले आदमीने किसी तरह परिश्रम कर नया पृष्ठ तैयार किया। इधर आन्दा आगेका समाचार एकत्र करनेकी सारी तैयारी पूरी करनेमें लगे।

ए. पी. का बुलेटिन पहली बार पढ़नेपर आन्दाको उसपर विश्वास ही नहीं हुआ। ऐसा हो नहीं सकता, उन्होंने कहा। टिटैनिकपर सुरक्षा की पूरी तजवीजें थीं, पर जब आन्दाकी समाचार-सम्पादन-बुद्धि काम करने लगी तब उन्होंने जान लिया कि हाँ जहाज जरूर डूब रहा है। हेलिफैक्सके अपने संवाददातासे उन्होंने टेलिफोनपर बात की, माण्टरीयल के संवाददातासे बातें की। उतनी रात ह्वाइट स्टारके जो अफसर टेलिफोनपर मिल सके उनसे बातकर वान आन्दाको विश्वास हो गया कि टिटैनिक बरफके पहाड़से टकराया और सहायताके लिए उसने गुहार की है। आधे घण्टेके बाद एक गुहार जहाजसे और आयी कि वह विशाल जहाज सिरके बल सामनेसे डूब रहा है। इसके बाद अतलान्तक महासागरसे कोई आवाज सुनाई नहीं दी। वह शान्त हो गया। ह्वाइट स्टारके न्यूयार्कके अफसर भी चिन्तामग्न हो गये। फिर भी वे समझते थे कि टिटैनिक कभी डूब ही नहीं सकता। न्यूयार्क और लन्दनके अन्य पत्रोंके सम्पादक भी यही समझकर कि टिटैनिक कभी डूब नहीं सकता, उक्त बुलेटिन कोनेमें छापकर चुप बैठे रहे।

वान आन्दा चुप नहीं थे। उनको पूरा विश्वास हो गया था कि गुहारके बाद जहाजसे कोई खबर न आनेका मतलब यही है कि वह डूब गया। उस दिन एक 'न्यूयार्क टाइम्स' को छोड़कर दुनियाके किसी भी अखबारने टिटैनिककी खबरको महत्त्व नहीं दिया था।

आन्दाने अपने सेक्रेटरी ब्रैकेनको लाइब्रेरी और फाइल रूममें भेजा कि टिटैनिकके बारेमें जो भी और जितना भी मसाला मिले एकत्र कर ले आओ। रविवार विशेषांकमें 'टिटैनिक' के छपे चित्रका ब्लाक वे उठा लाये और पहले पृष्ठपर दे दिया। एक ही दिन पहले 'कारमेनिया' जहाज बरफके पहाड़ोंसे बहुत बचकर न्यूयार्क बन्दरगाह पहुँचा था। आन्दाने एक सम्पादकसे 'कारमेनिया' की यात्राकी कहानी बहुत अधिक

विवरण बढ़वा कर फिर लिखवायी। फ्रेंच जहाज 'नायगरा' बरफके पहाड़ोंसे टकरानेसे दो जगह क्षतिग्रस्त हुआ था। उसकी कहानी भी तैयार करा ली गयी। ब्रैकेनसे आन्दाने उन सब जहाजोंका इतिहास लाइब्रेरीसे मँगवाया जो कभी बरफके पहाड़ोंसे टकराकर डूब चुके थे। 'टिटैनिक' जब चलने लगा था तो ह्वाइट स्टारने उसके बड़े-बड़े यात्रियों की सूची बहुत शानसे भेजी थी। आन्दाने उसे निकालकर पूरा छापा। उसमें राष्ट्रपतिके सैनिक सहायक, कई फ्रेंच कलाकार, श्री एस्टर और उनकी पत्नी आदिके बड़े-बड़े नाम थे। रातके एडिटर बर्चाल चपरासियोंको पुकार-पुकारकर तेजीसे थोड़ी-थोड़ी कापी जल्दी-जल्दी टाइपराइटर परसे निकलवा कर भेजते रहे। घड़ीपर उनकी आँख बराबर बनी रही और वे अपनी लाल छोटीसी बकरदाढ़ी बारबार खुजलाने लगे।

उन्होंने चिल्लाकर कहा—"केवल पाँच मिनट बाकी हैं, जल्दी करो, नगर संस्करणके लिए केवल पाँच मिनट बाकी हैं।" कम्पोज रूमसे जब आखिरी प्रूफ आने लगे तो चपरासी आन्दाके छोटेसे कमरेमें उन्हें ले जाते और आन्दाकी तेज आँखें उनपरसे तेजीसे घूम जाती।

प्रबन्ध-सम्पादक आन्दाने एक बड़ा सिगार सुलगाया। वे कमरेमें इधरसे उधर और उधरसे इधर तेजीसे घूमने लगे। उँगलियाँ एक दूसरीमें गुँथ गयी। अपनी दोनों हथेलियाँ वे एक दूसरे पर मलने लगे। जहाजोंके चलने-रुकनेके समाचारोंसे उन्होंने हिसाब लगाया कि टिटैनिक आखिरी बार ४१-४६ उत्तर, ५०'१४ पश्चिम अक्षांश-देशान्तर पर था इसलिए सहायक जहाज इस समय कहाँ होंगे। यह सब उन्होंने समाचार-के ऊपर दिलवाया। आन्दा नकशेमें हिसाब लगानेमें व्यस्त हो गये कि जहाज महासागरमें ठीक किस जगह डूबा होगा।

दुनियाके अखबारोंके दूसरे सम्पादक उस समय टिटैनिक सम्बन्धी 'अफवाहों' पर सतर्कतापूर्ण शीर्षक लगा रहे थे तो इधर न्यूयार्क टाइम्स के समाचार-सम्पादकने साहसके साथ पहले पृष्ठपर ३ कालमके ४ पंक्तियों के शीर्षक बनाये—

नया जहाज टिटैनिक बरफके पहाड़से टकराया
आधी रातमें सिरके बल डूब रहा है
यात्री स्त्रियाँ जीवन-नौकाओंपर उतारी गयीं
आखिरी लड़खड़ाता बेतार-संदेश १२-२७ पर

पहले पृष्ठपर २ कालम चौड़े बक्समें 'डूबते जहाजकी आखिरी खबरें' शीर्षक देकर रातवाली बुलेटिनें दी गयी थीं । हैलिफैक्स और माण्टरीयल टेलिफोन कर जो कुछ मिला था उससे आन्दाने अपनी गणित-बुद्धि लगाकर हिसाब जोड़ा था कि सहायताके लिए गये हुए जहाज कितने यात्रियोंको बचा सकते हैं । आखिरी संस्करणमें जो ३-३० बजे छपनेको गया, साफ लिख दिया गया था कि वह महान जहाज डूब गया । सोमवारको दिनमें और रातभर ह्वाइट स्टार कम्पनीके अधिकारी जहाजके डूबनेके समाचारकी पुष्टि करनेसे इनकार करते रहे, पर अन्तमें उन्हें भी वही बात मान लेनी पड़ी जिसे आन्दा रविवारकी रातमें १-२० पर ही समझ गये थे ।

उसी दिनके अखबारके ११ वें पृष्ठ पर २ कालमका एक छोटासा विज्ञापन भी था—दुनियाका सबसे बड़ा जहाज, ४५,०० टनका 'टिटैनिक' २० अप्रैलको दोपहरमें १२ बजे न्यूयार्कसे रवाना होगा ! मालूम होता है कि उस विज्ञापनपर किसीका ध्यान ही नहीं गया था । जब यह विज्ञापन छप रहा था टिटैनिक बीच अतलांतकमें समुद्रके २ मील नीचे डूबा पड़ा था ।

पत्रके स्वामी आक्स दूसरे दिन सबेरे समाचारवाले कमरेमें गये तो देखा कि बर्चाल तब भी काम कर रहे थे और जागरणसे उनकी आँखें लाल हो गयी थीं । दिनवाले सम्पादकोंके नाम वे विस्तारपूर्वक सूचनाएँ लिख रहे थे कि टिटैनिकके बारेमें कहाँसे क्या समाचार मिल सकता है ।

मंगलवार, बुधवार और गुरुवारके सबेरेके 'टाइम्स' में टिटैनिक सम्बन्धी समाचारोंपर सब जगहोंसे 'टाइम्स' की बहुत तारीफ होती रही । लन्दन, पेरिस और रोमसे भी तारीफके तार गये । अमेरिकाके अन्य

अखबारोंने जो उक्त जहाजको कभी न डूबनेवाला समझते थे, बादमें टाइम्सका मसाला ले लेकर अपने अखबारोंको सजाया।

पर अभी तो कुछ भी नहीं हुआ था। दुर्घटनाओंके समाचारोंकी रिपोर्टिंगमें आन्दाकी जो विशेषता थी उसके दर्शन तो अभी होने बाकी थे। गुरुवारको तीसरे पहर सारा स्टाफ दफ्तरमें एकत्र किया गया। आन्दा अन्दरसे अशान्त थे। उनके समाचार-सम्पादकने स्टाफसे कहा — टिटैनिकके बचे यात्रियोंको लेकर 'कारपेथिया' जहाज आज रातके ९ बजेके करीब न्यूयार्क पहुँच रहा है। कारपेथियाको बेतारसे कई बार पूछा गया, पर वह चुप्पी साधे हुए है। असोशिएटेड प्रेसके प्रश्नोंका उत्तर भी नहीं देता। राष्ट्रपति टाफ्टके प्रश्नोंके उत्तर देनेसे भी जहाजने इनकार कर दिया है। कारपेथियाके आनेके समय बन्दरगाहपर उपस्थित रहनेके लिए हरएक समाचारपत्रको केवल ४-४ पास दिये गये हैं। अधिकारियों ने यह भी निश्चय किया है कि जबतक सब यात्री जहाजसे नहीं उतर जाते या उतार नहीं लिये जाते तबतक किसीको जहाजपर नहीं जाने दिया जायगा और तबतक तो पहले संस्करणका समय बीत जायगा।

ऐसी हालतमें समाचारके लिए टाइम्सने विशेष प्रबन्ध किया। जहाँ जहाज खड़ा होनेवाला था उसके पास ही ११ वें चौककी १४ वीं गलीमें स्ट्रैण्ड होटलका एक कमरा आन्दाने मंगलवारको ही किरायेपर ले लिया था और वहाँ ४ टेलिफोन लगा लिये थे। ये टेलिफोन 'टाइम्स' के दफ्तर से सीधे मिले हुए थे।

समाचार-सम्पादक ग्रीव्सने स्टाफसे कहा—१६ आदमियोंको मैं बन्दरगाहकी गोदीपर भेज रहा हूँ। पास केवल चार हैं,जिनके पास 'पास' नहीं हैं वे किसी तरह पुलिस-पास दिखाकर भीड़में घुस जायँ। जो इसमें सफल न हों वे किसी प्रकार बचे हुए यात्रियोंको जहाँ भी सम्भव हो, बग्गीमें, गाड़ीमें पकड़ें और जो भी समाचार मिले, लेकर स्ट्रैण्ड होटल दौड़ जायँ। वहाँ ४ सम्पादक काम करते रहेंगे, उन्हें अपना विवरण दें। एक सम्पादक दरवाजेपर भी रहेगा और जिन बचे आदमियोंकी

खबर मिल चुकी होगी उनके नामोंकी सूची टँगी रहेगी, ताकि सूचीमें कोई नाम आ गया हो तो रिपोर्टर वापस जाकर तुरत दूसरे आदमीसे बातचीत कर सके।

जिन चार रिपोर्टरोंको पास दिये गये थे उनसे ग्रीव्सने कहा—हम मुख्य समाचारके लिए आप चारोंपर निर्भर रहेंगे। सारा दारमदार आपपर रहेगा। कारपेथियाके कप्तानको पकड़िये। ह्वाइट स्टारके बड़े अधिकारियोंको पकड़िये। टिटैनिकके बचे नाविकोंको पकड़िये, टिटैनिक के चार नाविक अफसर बचे हैं उन्हें जरूर पकड़िये। टिटैनिकके बेतार के चालकको, यदि वह जीवित हो तो, जरूर पकड़िये। कारपेथियाके बेतार-चालकको भी जरूर पकड़िये। पासवाले चारों रिपोर्टरोंको अलग-अलग सूचना दी गयी। इसके बाद हरएक रिपोर्टरको अलग-अलग काम सौंपा गया। एक आदमी कारपेथियाके आगमनका समाचार लिखेगा। बचे हुए लोगोंकी सहायताके लिए जो इन्तजाम किया गया था उसका विवरण लिखनेका काम एक आदमीको सौंपा गया। जिन बचे आदमियोंसे बन्दरगाहपर न भेंट हो सकी हो उनको होटलोंमें जाकर तलाश करने और बातचीत करनेके लिए तीन आदमी मुकर्रर किये गये। कारपेथियाको बन्दरगाहमें आनेका रास्ता दिखानेके लिए जो टग-बोट गये थे उनके समाचार देनेका काम एक आदमीके जिम्मे सौंपा गया। एक रिपोर्टरके जिम्मे भीड़-भाड़का वर्णन और एकके जिम्मे पुलिसके इन्तजामका वर्णन करनेका काम सौंपा गया। टिटैनिकके जो बहुत बड़े-बड़े प्रसिद्ध यात्री मरे थे उनकी और टिटैनिकके कप्तानकी मृत्युके वर्णन विस्तारके साथ प्राप्त करनेके लिए कहा गया।

ग्रीव्सने रिपोर्टरोंसे और कहा—यदि स्ट्रैण्ड होटलकी अपनी चारों टेलिफोन लाइनें व्यस्त रहें तो ११ वें चौक की २३ वीं गलीमें तीन टेलिफोन लाइन और रखी गयीं हैं और वहाँ ले जानेके लिए कई मोटरें तैयार रहेंगी। अपने मोटरोंके शोफरोंकी हैटमें 'टाइम्स' का कार्ड लगा रहेगा ताकि मोटर पहचाननेमें विलम्ब न हो। दफ्तरकी एक लाइन

छोड़कर बाकी सब टेलिफोन लाइनें टिटैनिकके समाचारोंके लिए छोड़ दी गयी हैं।

रिपोर्टरोंने सब कुछ ध्यानपूर्वक सुना। शहर-सम्पादकने फिर कहा—'और किसीको कुछ पूछना हो तो पूछकर रवाना होइये।' दो-चार सवाल हुए। ग्रीव्सने यह भी कहा कि फोटो लेनेवाले रिपोर्टरोंके लिए मोटरोंका अलग इन्तजाम है। ये मोटरें सीधे दफ्तर आयँगी ताकि समय व्यर्थ न जाय। यदि और मोटरोंकी आवश्यकता होगी तो चाहे जितनी मिलनेकी व्यवस्था कर ली गयी है।

एक सेकेण्ड सब चुप थे। इसके बाद ग्रीव्सने हाथ हिलाते हुए सबसे कहा—'हो गया, जाइये।' और सब रिपोर्टर एक साथ रवाना हो गये।

इस बीच वान आन्दा बेतारके निर्माता गुग्लिएल्मो मारकोनीसे बातचीत करनेकी कोशिश करते रहे। मारकोनी हालैण्ड-हाउसमें रहते थे, पर उस समय अपने अमेरिकन मैनेजर बाटमलीसे बात करनेके लिए २५४ पश्चिम १२३ वीं गलीमें गये थे। प्रबन्ध-सम्पादकने एक रिपोर्टरको बाटमलीके यहाँ भेजा। मारकोनी और बाटमली उस समय खाना खा रहे थे। मारकोनीने रिपोर्टरसे कहा कि कारपेथियाके बेतारके आपरेटरसे बातें करनेके लिए मैं उस जहाजपर जाऊँगा। उन दिनों बेतारके आपरेटर मारकोनीके कर्मचारी रहते थे। जहाजके सब मुसाफिर उतर जानेके बाद मारकोनी कारपेथियापर जानेवाले थे।

वान आन्दाको इतना सब्र नहीं था। ९॥ बजे कारपेथियाके आनेसे लेकर १२-३० बजे पहले संस्करणतक उनको केवल ३ घण्टेमें सारा समाचार एकत्र करना, लिखवाना और कम्पोज कराना था। शुक्रवारके प्रातःकालका सारा अंक वे इसीसे भरना चाहते थे। आन्दाने मारकोनीसे बातें कीं और उन्हें इस बातपर राजी करा लिया कि कारपेथियाके आते ही वे जहाजपर जायँगे और अपने साथ टाइम्सके जिम स्पीयर्सको भी लेते जायँगे। आन्दा और मारकोनी मित्र थे। सन् १९०७ में टाइम्सने पहला बेतार लगवाया था, तभीसे दोनोंकी मित्रता थी। पत्र-स्वामी आक्स

की भी मारकोनीसे घनिष्ठ मित्रता थी। मारकोनीने खाना आधा ही छोड़ दिया और बन्दरगाहकी ओर चले। आन्दाने उनसे कह दिया था कि भीड़में मोटर न जा सकेगी, इसलिए आप रेलसे नौवें चौकतक जाइये। मारकोनीके साथ बाटमली और स्पीयर्स भी थे। १४ वीं गलीके स्टेशनसे ये लोग जब बाहर निकले तो टाइम्सकी मोटरकार बाहर खड़ी थी। आन्दाने यह सब इन्तजाम पक्का कर दिया था। शोफर इन लोगोंको भीड़तक ले गया। ७०० बचे हुए यात्रियोंको लेकर इतनेमें कारपेथिया भी बन्दरगाहमें आ गया। भीड़ चिल्लाने लगी। ९-३५ पर ३० हजार आदमियोंकी भीड़को पुलिस रोके रही। १० हजार आदमी बैटरीके पास भी एकत्र होकर कारपेथियाका बन्दरगाहमें प्रवेश देख रहे थे।

पुलिसवालोंने मारकोनीकी कुछ भी नहीं सुनी। कहा—'कोई आगे नहीं जायगा। यही आर्डर है।' मारकोनीको पुलिसवालोंने पीछे ढकेला। स्पीयर्स चिल्लाया—'अपने कमाण्डिंग अफसरको बुलाओ। ये बेतारके अन्वेषक मारकोनी हैं। इनको जहाजपर जरूरी सरकारी काम है।' पुलिसवालेने बहुत ननुनच करनेके बाद एक इन्स्पेक्टरको बुलाया।

काफी बहसके बाद पुलिसवालोंने मारकोनी और उनके मैनेजरको जहाजतक ले जाना स्वीकार किया, पर कहा कि कोई रिपोर्टर उनके साथ नहीं जा सकता। उस रातको ईश्वर टाइम्सपर प्रसन्न थे। पुलिसवालोंने स्पीयर्सको मारकोनीका मैनेजर समझा और बाटमलीको पीछे भीड़में ढकेल दिया। मारकोनी और स्पीयर्सको वे जहाजपर ले गये। ये लोग बेतारके कमरेमें गये।

आपरेटर हेराल्ड ब्राइड उस समय भी कड़ कड कड़ कर रहा था। उसकी थकी उँगलियोंके नीचे बेतारके नीले बल्ब चमक रहे थे। थकावटके कारण उसकी आँखें अन्दर धँस गयी थीं। कैबिनमें रोशनी कम थी इसलिए उसने मारकोनीको तुरत नहीं पहचाना, पर बादमें तुरत खड़ा हो गया और रुँधे गलेसे कहने लगा—"मिस्टर मारकोनी, फिलिप्स मर गया, वह गया।" इसके बाद ब्राइडने फिलिप्सके पहले सन्देशकी सारी

कथा बतायी। वह सन्देश था—"तुरत आओ, हमारा जहाज बरफके पहाड़से टकराया है, आखिरी मामला है।" इसके बाद एक और सन्देश आया—"तुरत आओ। इञ्जन रूममें बायलर तक पानी भर गया है।" टिटैनिकसे इसके बाद इसीलिए कोई सन्देश नहीं आ सका कि बैटरियाँ भी पानीके अन्दर डूब गयी थीं।

मारकोनीके कहनेपर ब्राइडने टिटैनिकके डूबनेकी सारी कथा स्पीयर्सको लिखा दी। सबेरे यही कथा पाँच कालम चौड़ी पंक्तियोंमें 'टाइम्स' में पहले पृष्ठपर छपी। इतिहासमें समुद्रकी कथाओंमें ऐसी कथाएँ बहुत कम हुई थीं। कथामें साहित्य नहीं था, पर उसने दुनियाको इस कोनेसे उस कोने तक रुला दिया। मुसाफिरोंको बचानेका विवरण भी पाँच कालम चौड़ी पंक्तियोंमें दूसरे पृष्ठ पर दिया गया था और दोनों विवरण कापीराइट कर दिये गये थे। किसी भी दूसरे समाचारपत्रमें ये विवरण नहीं थे।

रात ९॥ और १२॥ के बीच टाइम्स टावरकी ऊपरी मंजिलोंपर, बड़ी चहल-पहल थी। आज वान आन्दाका दिन था। बादमें मारकोनी खुद दफ्तरमें आ गये थे। वान आन्दाकी यह सबसे बड़ी पत्रकारिक सफलता थी। दुनिया भरके बड़े-बड़े पत्रकारोंने उस दिन यह मान लिया कि वान आन्दा करामाती पत्रकार हैं। किसी भी बड़ी घटनाके लिए इतना बड़ा समाचार-सुसंघटन इसके पहले कभी नहीं किया गया था।

शुक्रवारको सबेरेके २४ पृष्ठके अखबारमें १५ पृष्ठ 'टिटैनिक-काण्ड' से भरे थे। पहले पृष्ठपर ८ कालम चौड़े ४ लाइन शीर्षक थे—

७४५ आदमियोंने टिटैनिकको १५९५ यात्रियोंके साथ डूबते देखा, जहाजका बैण्ड बज रहा था।

२१ मीलकी गतिसे चलते हुए बरफके पहाड़से टकरानेपर पेंदा टूट गया।

"मैं जहाजके साथ जाऊँगा" कप्तान स्मिथके आखिरी शब्द।

बहुतसी स्त्रियाँ अपने पतियोंके साथ डूबनेको जहाजपर ही रह गयीं।

बचे हुए आदमियोंके सैकड़ों वर्णनोंको पढ़कर समाचारके ऊपर यह सार-कथा बनायी गयी थी—

"तारों भरी साफ रातमें मीलों दूरतक नीला समुद्र दिखाई दे रहा था। जहाज पूरी तेजीकी चालमें था कि बरफके पहाड़से टकराया और एक घण्टेके बाद सिरके बल धीरे-धीरे समुद्र गर्भमें समाधिस्थ हो गया।

"एक तिहाई यात्री नौकाओंपर बचा लिये गये थे। दो तिहाई डेकपर ही थे। डेकपर बैण्डवाले कतारसे खड़े होकर बैण्ड बजा रहे थे। मृत्युका आलिंगन करनेको सब लोग गम्भीर रूपसे तैयार खड़े थे। आखिरी डुबकीकी सब राह देख रहे थे।"

इसी गम्भीर धारामें सारे समाचार और बचे यात्रियोंकी कथाएँ दी गयी थीं। सीधी-सादी भाषामें, बिना कुछ जोड़े-जाड़े सारी कहानी छापी गयी थी। इसने सारी दुनियाके हृदयको हिला दिया।

बादमें सरकारी आंकड़े प्रकाशित हुए जिनमें कहा गया था कि „जहाजपर ब्रिटेनसे रवाना होनेके समय २२२३ आदमी थे जिनमेंसे १५१७ डूब गये और ७०६ बचा लिये गये।

टिटैनिककी कहानीका 'टाइम्स' का वह अंक संग्रहणीय हो गया है। दुनिया भरमें उस अंककी प्रशंसा हुई। कई वर्ष बाद कार वान आन्दा लन्दन गये और जब 'डेली मेल' में लार्ड नार्थक्लिफसे मिलने गये तो 'डेली मेल'के सम्पादकने अपना दराज खोला। उसमें १९ अप्रैल सन् १९१२ का 'न्यूयार्क टाइम्स' का अंक था।

सम्पादकने कहा—समाचारपत्रमें रिपोर्टिंगकी सबसे बड़ी सफल मिसालके तौरपर हम यह अंक सबको दिखाते हैं।

'मुद्रण'कलामें हो रही क्रांति

मुद्रण-कलामें क्रान्ति हो रही है। अबतक छपाईके लिए टाइपोंकी या धातुके स्टीरियोकी आवश्यकता पड़ती थी। सदियोंसे इसी तरह छपाई होती थी। आवश्यकता आविष्कारकी जननी होती है। उसीके अनुसार अमेरिकामें एक बार कम्पोजीटरोंकी हड़तालके समय छापाखानोंके मालिकोंने बिना टाइपके या बिना कम्पोज किये छापनेकी युक्ति ढूँढ़ निकाली। इस युक्तिमें सुधार होते जा रहे हैं। केवल छपाईकी सुविधाके खयालसे हमारे देशमें जो लोग देवनागरी लिपिमें सुधारके नामपर लिपिको असुन्दर और भद्दी करनेका प्रयत्न कर रहे हैं उन्हें नीचे लिखी पंक्तियाँ विशेष रूपसे पढ़नी चाहिये। कुछ ही वर्षोंमें लिपिकी आवश्यकता केवल टाइपराइटरों और टेलिप्रिंटरों तथा पढ़ने-लिखनेके लिए होगी, टाइप ढालने और कम्पोज करनेका झंझट नहीं रहेगा।

सदियोंके प्रकाशन और मुद्रण उद्योगमें अब क्रान्ति हो रही है। विगत वर्षोंमें अमेरिकामें बिना टाइपके प्रयोगके कुछ समाचार-पत्र छापे गये हैं। बिना धातुके टाइप और प्लेटका प्रयोग किये किताबोंके पन्नेके पन्ने छापे गये हैं। इस प्रकारकी मुद्रणकलाके नये आविष्कार अभी आरम्भिक स्थितिमें हैं पर इनको पूर्ण सफल बनानेके लिए अनुसन्धान हो रहा है।

अन्तरराष्ट्रीय टाइपोग्राफिकल यूनियन मुद्रण-कलामें इस क्रांतिका कारण रहा है। २४ नवम्बर सन् १९४७ को शिकागोके समाचार-पत्र मुद्रकोंके साथ इसका ठेका खतम होनेपर इस यूनियनने हड़ताल कर दी।

एक हजार सात सौ कम्पोजीटरोंने काम छोड़ दिया। अब मुद्रकोंके पास कोई कम्पोज करने या फर्मा तैयार करनेवाला न रहा।

इसके बाद हड़तालका संघर्ष नाट्यमय हो गया जिसमें मशीनोंका विशेष हाथ रहा। भिन्न-भिन्न भाषाओंमें कई प्रकारसे टाइप करनेकी मशीन प्रयोगमें लायी गयी। यह एक टाइपराइटर था। इसको वेरी टाइपर कहते हैं। यह ५० भाषाओंमें टाइप कर सकता था। इसमें अरबी भी शामिल थी। इसकी विशेषता यह थी कि इसमें पाँच सौ आकार-प्रकारके टाइप होते थे और यह उन्हें विभिन्न प्रकारसे भी टाइप कर सकती थी। अखबारकी तरह इसमें दाहिनी ओर हाशिया भी छूट जाता था। यह उपयोगी टाइपराइटर पहलेसे ही बाजारमें उपलब्ध था। लेकिन मुद्रक इसकी उपेक्षा करते आ रहे थे।

साधारणतया अखबार छापनेका तरीका यह है कि एक फर्मा तैयार कराकर उसका शीशेका स्टीरियो ढाल लिया जाता है। इसके बाद इसे रोटरी मशीनपर चढ़ा देते और बटन दबाते ही वह अखबार छापने लगती है। लेकिन हड़तालके कारण शिकागोके मुद्रक नये प्रकारसे अखबार छापने लगे। पहले वे 'वेरी टाइपर' पर पूरा समाचार टाइप कर लेते। फिर अखबारकी नापके बराबर दफ्तीपर टाइप-समाचार एक-एक कालम साट दिया जाता। शीर्षक ऊपर साट दिये जाते। अगर चित्र हुए तो उन्हें चिपका दिया जाता। फिर इस प्रकार दफ्तीपर पूरा पन्ना तैयार हो जानेपर उसका फोटो ले लिया जाता। अब इस फोटोके ब्लाक बनाकर उसकी प्रतिलिपियाँ तैयार कर उसे मशीनपर फिट कर दिया जाता। बटन दबाते ही अखबार छपकर निकलने लगता। छपाईकी इस व्यवस्थामें कम्पोजीटर आदि अन्य कर्मचारियोंकी आवश्यकता नहीं पड़ती। शीघ्र-लिपि जाननेवाला, वेरी टाइपर जाननेवाला टाइपिस्ट अकेले पूरा अखबार निकाल सकता है।

ब्लाक बननेमें देर होनेके कारण इस व्यवस्थासे अखबार निकलनेमें विलम्ब होता था। पूरा पन्ना तैयार करनेमें कभी-कभी एक घण्टेसे

अधिक समय लग जाता था। इसका परिणाम यह होता था कि अखबार जल्दी नहीं निकल पाता था। लेकिन शीघ्र ही एक नये प्रकारके पदार्थने इस समस्याको भी हल कर दिया। यह पदार्थ मैगनेशियम था। जस्ते और ताँबेके प्लेटके स्थानपर अब मैगनेशियमके प्लेट बनने लगे। जुलाई सन् ४७ में शिकागोके दो अखबारोंने इसका प्रयोग आरम्भ किया। इसपर ४५ मिनटमें ही खोदाई हो जाती थी।

मुद्रण-जगतमें इस परिवर्तनका परिणाम यह हुआ कि अन्य स्थानोंके मुद्रक और प्रकाशक इस कलाको देखने शिकागो पहुँचने लगे। इस चेष्टाका परिणाम यह निकला कि 'फोटोसेटर' नामक एक नयी प्रकारकी मशीनका ईजाद हुआ। इसका टाइपिस्ट टाइप करता है और उधर उसकी फिल्म तैयार होती जाती है। फिर इसका नेगेटिव तैयार कर इसे प्लेटपर उतार लेते हैं और इसी प्लेटको छपनेके लिए मशीनपर चढ़ा देते हैं। यदि टाइप करनेमें कोई गलती हुई तो फिल्ममें उसका सुधार भी किया जा सकता है।

मुद्रणकलामें यहींतक चमत्कार नहीं हुआ। बल्कि विशेषज्ञ एक ऐसी मशीनका आविष्कार करनेमें लगे, और वह करीब-करीब तैयार भी हो गयी, जिसमें टाइपकी जरूरत तो पड़ेगी ही नहीं, इसके साथ ही इसमें कोई गलती भी न होगी। इसको 'एररलेस टाइप राइटर' कहते हैं। इसमें टाइपिस्ट जो 'टाइप' करेगा वह पर्देपर दिखाई पड़ेगा। यदि उससे कोई गलती हुई तो वह उसे मशीनके जरिये ही सुधार लेगा। गलती सुधर जानेपर टाइपिस्ट बटन दबायेगा और मशीन अपने आप पूरा समाचार टाइप कर देगी।

अभीतक तो तेजाबके सहारे प्लेटकी खुदाई होती थी। लेकिन अब इससे भी क्रांतिकारी परिवर्तन हुआ है। अब यह बिजलीके जरिये सम्भव हो गया है। फोटो-प्लेटको मशीनपर चढ़ा दिया जाता है और फिर बटन दबाते ही बिजलीकी मशीन अपना काम शुरू कर देती है। फोटोमें कहाँ छाया और कहाँ रोशनी है उसका पूरा ध्यान रखते हुए मशीन

चलती रहती है और थोड़ी ही देरमें फोटो प्लेट तैयार कर देती है। यह चार मिनटमें एक कालमके प्लेटकी खुदाई कर सकती है। इससे समयकी बहुत बचत होती है।

कुछ अमेरिकी प्रकाशक रबड़ और प्लास्टिकके प्लेटके जरिये छपाई करने लगे हैं। पहले रबड़के प्लेटसे छपाई ठीक नहीं होती थी। लेकिन युद्धकालमें नकली रबड़के प्रयोगसे रबड़ प्लेट काफी साफ बनने लगे। यह स्याही कम उठाता है। इसके सूखनेमें देर नहीं लगती। छपनेके तुरत बाद मुड़ाई शुरू हो जाती है। रबड़के प्लेट हल्के होनेसे मशीनकी गति भी तेज कर दी जा सकती है। कभी-कभी तो छपाईकी गति ६ सौ प्रतिशतसे अधिक बढ़ जाती है। रबड़ प्लेटका खर्च भी स्टीरियोसे एक चौथाई कम पड़ता है।

विनीलाइटसे एक प्रकारका पाउडर, प्लास्टिक प्लेट तैयार किया जाता है। बेकेलाइटपर इसकी आध इंच मोटी पर्त डाल दी जाती है। इसके बाद इसे गरम करनेवाली मशीनमें डाला जाता है। विनीलाइट मुलायम हो जानेके बाद इसे फिर ठण्डा किया जाता और काटकर प्लेट अलग कर लिये जाते हैं। इस पूरी प्रक्रियामें कुल २५ मिनट लगता है। जस्ते और ताँबेके प्लेट तैयार करनेमें कभी-कभी ५ घण्टेतक लग जाते हैं।

भूत-चालक मशीन मुद्रण कलामें सबसे आश्चर्यजनक आविष्कार है। अब तक छपाईके लिए दाब दिया जाता रहा है। टाइपके फर्मों पर मशीनका दबाव पड़ना जरूरी था लेकिन भूत-मशीनमें चाँपकी जरूरत नहीं पड़ती। इसमें कागज और मशीनका कोई लगाव न रहेगा। इलेक्ट्रनके जरिये ही छपाई होगी।

मुद्रणकी इस नयी पद्धतिका आविष्कार करनेवाले ह्यूबनर अनुसंधान शालाके संचालक श्री विलियम सी ह्यूबनर हैं। मुद्रण जगतमें अपनी नयी खोजोंके कारण वे आप विख्यात हैं।

'एलेक्टोनोग्राफिक' मशीनका आविष्कार करनेका विचार

श्री ह्यूबनरके दिमागमें सन् १९२४ में आया। उन्हें एक मुद्रकने अपनी मशीन ठीक करनेके लिए बुलाया था। छपाईके समय एक पन्नेसे दूसरे पन्नेपर धब्बे आते थे। इसीको ठीक करनेके लिए श्री ह्यूबनर प्रयत्न कर रहे थे। उन्होंने उसे ठीक करनेकी चेष्टा की तो देखा कि धब्बे बढ़ रहे हैं और काफी गाढ़े हो गये हैं। उन्होंने अनुमान लगाया कि सम्भवतः यह स्टेटिक एलेकट्रिसिटीके कारण हो। उन्होंने इसे ठीक किया और धब्बे रुक गये। ह्यूबनरके मनमें यह विचार आया कि स्टेटिक विद्युत्के प्रयोगसे स्याही एक इंच तक उछल सकती है। इसी स्याही उछलनेकी प्रक्रियाको देख उन्होंने अपने दिमागको आगे दौड़ाया और इस अद्भुत मशीनका आविष्कार करनेमें सफल हुए।

इस मशीनमें तीन सिलेण्डर होते हैं। एकमें स्याही लगी रहती, दूसरेमें टाइपके प्लेट कसे रहते और तीसरेमें कागज लपेटा रहता है। स्याहीवाला सिलेण्डर टाइपवाले सिलेण्डरपर स्याही लगाता रहता है। टाइप और कागजवाले सिलेण्डर चलते रहते हैं। लेकिन एक दूसरेको छूते नहीं। इन दोनोंके बीच थोड़ी जगह खाली रहती है। कागजवाले सिलेण्डरमें बिजलीका यन्त्र फिट रहता है। बटन दबाते ही करेण्ट जारी हो जाता है और उससे एलेक्ट्रनकी अविकल धारा निकलने लगती है। इसके सहारे टाइपपर लगी अक्षररूपी स्याही कागजपर पहुँचती रहती है। टाइप और कागजवाले सिलेण्डरको सटनेकी जरूरत नहीं पड़ती। स्याही कम-बेश होने पर एलेक्ट्रनकी धाराको घटा-बढ़ाकर उसे ठीक किया जा सकता है। यह एक साथ ही कागजके दोनों ओर छापती है और इसकी गतिका पूछना ही क्या। इसके आविष्कारकने इसका नाम एलेक्ट्रो माइग्रेटेरिक्स रखा है। यदि यह पूर्णतया सफल हो जायगी तो छपाईकी पुरानी व्यवस्थाकी कोई पूछ न रहेगी। इस नये आविष्कारसे यह स्पष्ट है कि मुद्रणकलामें कितना बड़ा परिवर्तन हो रहा है। —हार्पर्स मेगेजीन

हिन्दी प्रेस तार

स्वराज्य-प्राप्तिके बाद भारतमें जन-भाषा हिन्दीको राजभाषाका रूप प्राप्त हुआ। सितम्बर १९४८ में विधान परिषदने हिन्दीको राजभाषा स्वीकार किया। इसके पहले ही डाक-तार विभागने १ जूनसे नागरी लिपिमें हिन्दी तारोंका आदान-प्रदान शुरू कर दिया था। पहले ८-१० शहरोंमें ही यह सुविधा थी। धीरे-धीरे स्थानोंकी संख्या बढ़ने लगी। अगस्त सन् १९४९ में प्रेस तार भी नागरी हिन्दीमें लिये जाने लगे। अप्रैल सन् १९५२ तक देशके करीब सवा सौ स्थानोंसे नागरी तार भेजनेकी सुविधा हो गयी। किसी भारतीय भाषाके तार नागरी लिपिमें भेजे जा सकते हैं।

डाक-तार विभागकी संकेत-भाषामें नागरी प्रेस तारोंको 'प' तार कहते हैं। यदि ये जरूरी हैं तो 'ज' लगाकर 'पज' हो जाते हैं। अखबार-वाले अपने संवाददाओंको तार भेजनेके लिए अधिकारपत्र देते हैं ताकि संवाददाताओंको तार भेजनेका खर्च स्वयं न देना पड़े, अखबारोंके पास हर महीने हिसाब जाता है और वे तार-विभागको मूल्य अदा कर देते हैं। बिना पहले पैसा दिये जो तार दिये जाते हैं उन्हें मूल्य बाकी—या "म ब' तार कहते हैं। मब जप का मतलब यह हुआ कि यह तार प्रेसके समाचारोंका जरूरी है और इसका खर्चा अखबारवाले बादमें बिल जानेपर देंगे। तार जरूरी न हो तो केवल 'म ब प' लिखा जाता है। जरूरी तारमें दूना पैसा लगता है।

जब कोई समाचार ऐसा महत्त्वका हो कि उसी दिन उसका छपना जरूरी है तभी उसे तारसे भेजना चाहिये।

दुनियाके विभिन्न देशोंमें अखबारी कागजकी खपतके तथा समाचारपत्रोंके प्रसारके तुलनात्मक आंकड़े

देश	१९४८ में अखबारी कागजकी खपत		१९४८ के आसपास दैनिकोंकी संख्या	दैनिकोंकी कुल प्रसार संख्या	प्रति १००० मनुष्य	पत्र-प्रियताके अनुसार क्रमांक
	कुल टन	प्रति मनुष्य किलोग्राम				
सं० अमेरिका	४६,२६,८००	३१·८	१७८१	५,२३,००,०००	३५७	६
रूस	—	—	—	३,१०,००,०००	१५८	१९
ब्रिटेन	३,८१,०००	७·९	१३६	२,९७,२०,०००	६००	१
कनाडा	२,७४,५००	२१·३	९५	३२,२६,०००	२५०	१४
फ्रान्स	२,६८,०००	६·५	१५३	१,१६,४०,०००	२८०	१२
अर्जेण्टीना	१,२८,५००	७·९	१८०	३४,६०,०००	२१५	१६
स्वीडेन	१,११,५००	१६·३	१३७	२७,५५,०००	४०५	५
जापान	१,०१,२००	१·२	—	—	—	—
आस्ट्रेलिया	९०,७००	११·७	५३	३२,३१,०००	४२५	३
चीन	८८,०००	·१	—	४५,००,०००	१०	३३
बेलजियम	७१,०००	८·४	४७	२८,५०,०००	३३८	८
नेदरलैंड्स	६०,०००	६·१	८१	२८,३०,०००	२९१	११
इटली	५८,०००	१·३	१०५	५०,००,०००	१०९	२२
मेक्सिको	५५,७००	२·४	९८	११,८५,०००	५०	२९
ब्राजील	४९,८००	१·३	२२०	१५,००,०००	३१	३०
भारत	४६,५००	·१	३२०	१६,५०,०००	५	३५

पाकिस्तान	३,२००	*१ से भी कम	३५	१,५०,०००	२	६३
स्विटजरलैण्ड	४४,६००	९·७	११७	१६,३७,०००	३५५	७
चेकोस्लोवाकिया	४१,५००	३·३	२८	२३,५०,०००	१९०	१७
दक्षिण अफ्रीका	३९,६००	३·४	२१	७,६८,०००	६५	२७
डेनमार्क	३८,५००	९·१	—	—	—	—
फिनलैंण्ड	२७,१००	६·८	६४	११,००,०००	२७८	१३
क्यूबा	२४,८००	४·८	३३	४,४८,०००	८७	२५
नारवे	२३,०००	७·२	८७	१३,४०,०००	४२१	४
न्यूजीलैण्ड	२१,५००	११·७	४९	५,५८,०००	३०३	१०
आयलैंड	१६,४००	५·४	८	४,५५,०००	१५०	२०
लक्जेमबर्ग	२,३००	७·८	५	१,३०,०००	४४५	२
ब्रह्मदेश (बर्मा)	१,६००	·१	४७	१,६४,०००	९	३४
मिस्र	१५,३००	·८	५५	३,५०,०००	१८	३१
टर्की	९,४००	·५	७२	३,००,०००	१५	३२
यूनान	१२,२००	१·६	५८	७,५०,०००	९६	२४
स्पेन	१७,३००	·६	७५	१६,२०,०००	६०	२८
आस्ट्रिया	२२,५००	३·२	३३	२२,७५,०००	३२७	९
पोलैण्ड	३६,५००	१·५	३६	२५,००,०००	१०५	२३
यूगोस्लाविया	१२,०००	·८	१७	१२,६८,०००	८०	२६
अलास्का	—	—	५	१८,०००	२२४	१५
युरुग्वे	१७,५००	७·६	३१	४०१,०००	१७४	१८
सिंगापुर	—	—	१६	११०,०००	११७	२१

भारतमें पत्र-पत्रिकाओंकी संख्या

५७ के स्वातन्त्र्य-युद्धके बाद सन् १८५८ में भारतमें समाचारपत्रोंकी संख्या ४४ थी। सन् १८७२ में देशभरमें कुल १६९ पत्र थे जो प्रान्तोंके हिसाबसे इस प्रकार बँटे थे—बम्बईमें ६२, बंगालमें २८, मद्रासमें १९ और अन्यत्र सब मिलाकर ६०। सबको मिलाकर लगभग १ लाख ग्राहक संख्या होगी। कोई पत्र ३ हजारसे अधिक नहीं छपता था।

सन् १८८८ में पत्रोंकी संख्या बढ़कर २०३ हो गयी। सन् १९१८ में भारतभरमें कुल ८८३ समाचारपत्र थे।

सन् १९३९ के बादसे भारतमें पत्र-पत्रिकाओंकी संख्या कैसे घटती-बढ़ती गयी इसके आँकड़े ये हैं—

वर्ष	पत्र-पत्रिकाओं-की संख्या	वर्ष	पत्र-पत्रिकाओं-की संख्या
१९३९-४०	५९८५	१९४६-४७	३३३९
१९४०-४१	५४८९	१९४७-४८	४११४
१९४१-४२	४३९७	१९४८-४९	५०९४
१९४२-४३	४३११	१९४९-५०	६४९८
१९४३-४४	३५८४	१९५०-५१	६५५०
१९४४-४५	३५८५	१९५१-५२	६७६२
१९४५-४६	३२९०		

इन आँकड़ोंसे पता लगता है कि द्वितीय महायुद्धका पत्र-पत्रिकाओंके प्रकाशनपर इतना बुरा असर पड़ा कि युद्धकालमें उनकी संख्या लगभग आधी घट गयी। सन् १९४६ से फिर उनकी संख्या बढ़ना शुरू हुआ। सन् १९५०-५१ तक यह वृद्धि बराबर जारी रही और पत्र-पत्रिकाओंकी संख्या महायुद्धके पहलेकी सन् १९३९ की संख्यासे भी अधिक हो गयी।

भारतीय भाषाओंकी पत्र-पत्रिकाओंकी संख्या

	दैनिक		साप्ताहिक		अन्य नियत कालिक	
	१५-८-१९४७	३१-३-१९५२	१५-८-४७	३१-३-५२	१५-८-४७	३१-३-५२
हिन्दी	५३	१२५	१८५	५२६	२९३	८७७
बंगला	१५	२४	७९	१९८	१८०	४२३
तामिल	७	१५	४२	१३६	७३	३१३
उर्दू	७५	१६३	२३९	३११	१३५	२७०
तेलगू	६	७	२७	९९	६७	२१७
गुजराती	२५	४२	६१	१४१	११२	११७
मराठी	२७	४१	१०१	१६८	११०	११३
कन्नड़	१८	३०	५१	८७	६५	४८
उड़िया	२	४	६	१९	११	४४
गुरमुखी-पंजाबी	२	१८	१०	४३	९	४३
आसामी	१	१	३	६	३	३१
संस्कृत	—	—	१	३	६	७
द्वि और बहुभाषीय	×	३३	×	१३३	×	५०५
सिंधी तथा अन्य भाषाएँ	×	१२	×	४९	×	४६

भारत-विभाजनके समय सन् १९४७ में इस देशमें ३ हजार पत्र-पत्रिकाएँ निकलती थीं। इनमें ३०० दैनिक थे। ५ वर्षमें पत्र-पत्रिकाओंकी संख्या बढ़कर ६७६२ हो गयी। इनमें दैनिक ५९६,साप्ताहिक २२२६ और अन्य पत्रिकाएँ ३९४० थीं। इनमेंसे ७० दैनिक, २६१ साप्ताहिक और ७८४ अन्य पत्रिकाएँ अंग्रेजी भाषामें निकलती थीं।

सरकारी अन्दाज है कि भारतमें दैनिक पत्रोंकी कुल प्रचार संख्या २० लाखसे ऊपर होगी। यानी हर हजार आदमी पीछे केवल ६ अखबार छपते हैं। ब्रिटेनमें हजार पीछे ६००, अमेरिकामें ३५७, इजराइलमें २३५, जापानमें २२४, लेबनानमें ८१, लंकामें २७, 'फिलिपाइन्समें २५ और इराकमें १० अखबार छपते हैं।

सन् १९५२ में आमचुनावके कारण बहुतसे नये पत्र निकले, पर चुनावके बाद उनमेंसे अधिकतर बन्द हो गये। सन् १९५२ के अन्तमें उत्तरप्रदेशमें निकलनेवाली हिन्दी पत्र-पत्रिकाओंकी संख्या ४६७ थी। इनमें ३४ दैनिक, १६० साप्ताहिक, ३८ पाक्षिक, २३० मासिक और ५ त्रैमासिक या वार्षिक पत्रिकाएँ थीं।

आजकल इतनी पत्र-पत्रिकाएँ होनेपर भी २०-२५ से अधिक बड़े अंग्रेजी पत्र और ३०-३५ से अधिक भारतीय भाषाओंके अच्छे और आर्थिक दृष्टिसे आत्मनिर्भर पत्र नहीं हैं।

सन् १९५०-५१ में भारतके विभिन्न राज्योंकी जनसंख्या, क्षेत्रफल, शहरी आबादी, उनमें प्रचलित भाषाएँ और प्रकाशित होनेवाली पत्र-पत्रिकाओंकी संख्या नीचे दी जाती है।

राज्य	जनसंख्या	क्षेत्रफल	शहरी आबादी	मुख्य भाषाएँ	पत्र-पत्रिकाओं की संख्या
१. पश्चिमी बंगाल	२,४८,१०,३०८	३०,७७५	६१,५३,२६३	बंगला	१६५९
२. बम्बई	३,५९,५६,१५०	१,११,४३४	१,११,७०,३४०	मराठी-गुजराती-कन्नड़	११५२
३. मद्रास	५,७०,१६,००२	१२७७९०	१११८३७३४	तामिल-तेलगू-मलयलम-कन्नड़	१०४४
४. उत्तर प्रदेश	६,३२,१५,७४२	११३४०९	८६२५६९९	हिन्दी-उर्दू	८४६
५. दिल्ली	१७,४४,०७२	५७८	१४३७१३४	हिन्दी	३६०
६. मैसूर	९०,७४,९७२	२९४८९	२१७८७२७	कन्नड़-तामिल	३२२
७. पंजाब	१,२६,४१,२०५	३७३७८	२४००९३२	पंजाबी-हिन्दी	३०७
८. त्रिवांकुरकोचीन	९२,८०,४२५	९१४४	१४८८२९२	मलयलम-तामिल	२१६
९. मध्यप्रदेश	२,१२,४७,५३३	१३०२७२	२८७७३३९	हिन्दी-मराठी	१०८
१०. उड़ीसा	१,४६,४५,९४६	६०१३६	५९४०७०	उड़िया	१०५
११. हैदराबाद	१,८६,५५,१०८	८२१६८	३४७६१५९	तेलगु-मराठी-कन्नड़-उर्दू	१०२
१२. बिहार	४,०२,२५,९४७	७०३३०	२७०४७३१	हिन्दी	९१
१३. मध्यभारत	७९,५४,१५४	४६४७८	१४४१२३१	हिन्दी	६५
१४. अजमेर	६,९३,३७२	२४१७	२९७७६४		५२
१५. पेपसू	३४,९३,६८५	१०,०७८	६६५५१०		२९
१६. जम्मू-कश्मीर		९२,७८०		उर्दू	२७
१७. भोपाल	८,३६,४७४	६,८७८	१३६०६३	उर्दू	२६

१८. आसाम	१०,४३,७०७	८५०१२	४१४४१८	बंगला आसामी	१५
१९. मणिपुर	५,७७,६३५	८,६२८	२८६२		९
२०. कच्छ	५६७,६०६	१६७२४	११३७५४		५
२१. कुर्ग	२२९४०५	१५८६	१६२५५		४
२२. त्रिपुरा	६३९०२९	४०३२	४२५९५		३
२३. विन्ध्यप्रदेश	३५७४६९०	२३६०३	३०५९१०		३
२४. राजस्थान	१५२९०७९७	१३०२०७	२६४९३६७	हिन्दी	
२५. सौराष्ट्र	४१३७३५९	२१४५१	१३९३१६१	गुजराती	
२६. हिमांचलप्रदेश	९८३३६७	१०४५१	४२४०१		
२७. बिलासपुर	१२६०९९	४५३	३७४५		
सिक्किम	१,३७,७२५	२७४४	२७४४		
अन्दमान-निकोबार	३०९७१	३२१५	८०१४		
	३५,६८,२९,४८५	१२,६१,६४०	६१८२५२१४		६५५०

पत्रकारकलाका शब्दकोश

समाचारपत्रके कार्यालयमें सम्पादकीय तथा प्रेस विभागमें जो खास शब्द व्यवहारमें आते हैं उनकी सूची यहाँ दी जाती है—

'''में जोड़िये—एक ही समाचार दो जगह लिखा जानेपर दूसरी कापीपर लिखा जाता है कि अमुक कापीमें जोड़िये।

पेज हेडिंग—पहले पृष्ठपर बड़ा शीर्षक।

काला—काला मोटा टाइप।

प्रे. ट्र.—प्रेस ट्रस्ट।

डेट लाइन—समाचार जहाँसे आया हो उस स्थानका नाम और समाचार आनेकी तारीख।

डिलीट—काटिये।

डिस्ट्रीब्यूट—कम्पोज किया मैटर रद्दी कीजिये।

फीचर—समाचारोंके विषय विस्तारसे समझानेवाले लेख।

फ्लैश—महत्त्वपूर्ण घटनाका पहला संक्षिप्त तार।

लीड स्टोरी—उस दिनका मुख्य समाचार।

लीडर – अग्रलेख।

मेक-अप—पृष्ठमें समाचारों, लेखों, चित्रोंका बनाव-ठनाव।

पेजप्रूफ—पूरे पृष्ठके मेक-अपके बाद उठाया गया प्रूफ।

स्कूप—दूसरे किसीको न मिला हुआ अपना विशेष समाचार या चित्र।

स्टेट—काटी चीज रहने दीजिये।

सब हेडिंग—छोटा बीचका शीर्षक।

होल्ड आन—इसे रोके रखिये।

रूल—दो पंक्तियों या कालमोंको अलग करनेवाली काली रेखा।

प्रूफ रीडर—प्रूफ पढ़नेवाला।

कापी होल्डर—प्रूफ पढ़नेवालेके साथ कापी देखने-पढ़नेवाला।

छूट—कम्पोजमें पंक्तियों, शब्दों, वाक्योंका छूटना।

एम—एक इंचका छठाँ भाग। एक इंचमें ६ एम होते हैं।

एन—एक एममें दो एन होते हैं। टाइपके भाग।

फ्लांग—दबाव देकर जिस कागज या बोर्डपर टाइपका गहरा निशान उठाते हैं उसे फ्लांग कहते हैं।

गेली—कम्पोज मैटर जिसपर रखा जाता है।

हाफटोन ब्लाक—किसी फोटोका जालीकी सहायतासे बनाया गया ताँबेका या जस्तेका ब्लाक।

लाइन ब्लाक—लाइनोंसे बनाये गये चित्रका ब्लाक।

मेट्रिस—स्टीरियो या टाइप ढालनेका मोल्ड।

आफसेट—रबरके रोलरसे चित्र छापना, स्याही रोलरसे मिलती है।

फोटोग्रेवर—रबरके रोलर और प्लेटके बीच कागजपर चित्र छापना, स्याही प्लेटसे मिलती है।

काड—लाइनके बीचमें जगह भरनेका सादा टाइप।

कोटेशन—जगह भरनेके लिए बड़े सादे टाइप।

शीट—कागजके ताव।

रील—लपेटा हुआ कागज।

रोटरी—छापनेवाली वह मशीन जिसमें प्लेट और कागज दोनों गोल घूमकर छापते हैं। आजकल बिना प्लेट बनाये फर्मेसे छापनेवाली छोटी रोटरी मशीनें भी बनी हैं।

रोटोग्रेवर—गोल प्लेटसे फोटोग्रेवर छापना।

स्क्रीन—ब्लाक बनानेकी जाली।

स्टीरियो टाइप—ब्लाक या मोल्ड या फ्लांगसे ढाला गया शीशेका प्लेट ।

स्टिक—८ पाइंटके टाइपके २० लाइन मैटरको एक स्टिक मैटर कहते हैं ।

स्टोन—फर्मा जिसपर कसा जाता है ।

टिंट ब्लाक—केवल जमीन छापनेवाले ब्लाक ।

रांग-फांट—गलत मापका टाइप लगना ।

———

पत्रकलाकी प्रगतिका तिथि-क्रम

ईसवी पाँचवीं शताब्दीसे दसवीं शताब्दीतक—पेकिंग न्यूज, पेकिंग गजट, रोमन ऐक्टा डिउर्ना—दुनियाके पहले पत्र।

१५२६—नेदरलैण्डमें दुनियाका पहला अखबार 'न्यू जाइटुंग' निकला।

१६११—इंग्लैण्डमें पहला पत्र।

१६९५—इंग्लैण्डमें पत्रोंका लाइसेंसवाला कानून हट गया।

१७०२—इंग्लैण्डका पहला दैनिक अखबार 'लंदन डेली कोरण्ट' निकला।

१७०४—१७४०—अखबारोंमें सम्पादकीय लेख लिखनेकी प्रथा ब्रिटेनमें शुरू हुई।

२९ जनवरी सन् १७८०—भारतका पहला पत्र अंग्रेजी साप्ताहिक 'बंगाल गजट' 'हिकी गजट' या 'कलकत्ता जनरल एडवरटाइजर' कलकत्तेसे निकला।

१७८५—'इण्डिया गजट'।

१७८९—बम्बईमें पहला अखबार 'बाम्बे हेराल्ड।

१७९०—'बाम्बे कोरियर'।

१७९९—वेलेजलीके प्रतिबंध।

१८१६—भारतमें भारतीयोंका पहला बड़ा अखबार 'बंगाल गजट' नामसे अंग्रेजीमें निकला।

१८१८—श्रीरामपुरसे भारतीय भाषाका बंगलामें पहला मिशनरी अखबार।

१८२२—'बम्बई समाचार' निकला।

३० मई सन् १८२६—हिन्दीका पहला पत्र 'उदन्त मार्तण्ड' निकला।

१८३५—भारतमें पत्रस्वातन्त्रकी लड़ाई शुरू।

१८४६—ब्रिटेनमें पहला 'पापुलर' पत्र 'डेली न्यूज' (न्यूज क्रानिकल) निकला।

१८४९—पेरिसमें पहली अन्तर्राष्ट्रीय समाचार-समिति रायटरकी स्थापना।

१८५४—क्रीमिया-युद्धमें पहला युद्ध-संवाददाता विलियम हावर्ड रसेल (जान वाल्टर) लंदन टाइम्सकी ओरसे भेजा गया।

१८५५—ब्रिटेनमें न्यूजपेपर टैक्स वापस।

१८६८—ब्रिटिश प्रेस असोसिएशन (समाचार-समिति)की स्थापना।

१८७५—भारतमें 'स्टेट्समैन' पत्र निकला।

१८७८—वर्नाक्यूलर प्रेस ऐक्ट, लार्ड लिटनने पास किया। 'अमृत बाजार पत्रिका' एक दिनमें अंग्रेजीमें।

१८८५—उत्तर प्रदेशमें पहला अखबार 'हिन्दुस्तान' निकला।

४ मई १८९६—इंग्लैण्डमें लार्ड नार्थक्लिफका 'डेली मेल' पत्र निकला। एक नये ढंगकी 'जनरंजक' पत्रकारी शुरू हुई।

२८ जनवरी १९०४—नार्थक्लिफने सचित्र पत्रकारी शुरू करनेके लिए 'डेली मिरर' निकाला।

१९०६—भारतमें पहली समाचार-समिति असोशिएटेड प्रेस आफ इण्डियाकी श्री के. सी. रायने स्थापना की।

१९१०—भारतीय प्रेस ऐक्ट बना।

१९१९-२०—रायटरने भारतीय असोशिएटेड प्रेसको ले लिया।

५ सितम्बर सन् १९२०—काशीसे 'आज' निकला।

१९२५—श्री सदानन्दने 'फ्री प्रेस' समाचार-समिति बनायी जो बादमें सन् १९३३ में युनाइटेड प्रेस हो गयी।

१९३७-३८—भारतमें टेलिप्रिंटरसे समाचार भेजा जाना शुरू हुआ।

२७ फरवरी सन् १९३९—इण्डियन ऐण्ड ईस्टर्न न्यूजपेपर सोसाइटीकी स्थापना।

२६ अक्तूबर सन् १९४०—भारतीय सम्पादक सम्मेलन AINEC की स्थापना।

३ अप्रैल सन् १९४७—न्यूजप्रिंट कण्ट्रोल आर्डर।

१९४९—भारतकी असोशिएटेड प्रेस समाचार-समिति 'प्रेस ट्रस्ट आफ इण्डिया' में परिवर्तित हो गयी।

२९ अक्तूबर सन् १९५०—अखिल भारतीय श्रमजीवी पत्रकार संघकी स्थापना।

मई सन् १९५१—ज्यूरिखमें अन्तर्राष्ट्रीय प्रेस इन्स्टीट्यूटकी स्थापना।

७ अक्तूबर १९५१—भारतीय संसदमें प्रेस बिल पास हुआ।

२१ नवम्बर १९५१—भारतीय सम्पादक सम्मेलनके अध्यक्ष श्री देशबन्धु गुप्तकी विमान-दुर्घटनामें मृत्यु।

१ फरवरी १९५२—नया प्रेस कानून २ सालके लिए लागू किया गया।

११ सितम्बर १९५२—न्यूजप्रिंट कण्ट्रोल आर्डर वापस।

मुद्रण

ईसापूर्व ११२२—चीनमें मुद्रण कलाका प्रारम्भ।

लगभग १४५०—जोहान गुटेनबर्गने पहला लकड़ीका टाइप और प्रेस बनाया।

१४७६—ब्रिटेनमें पहला छापाखाना खुला।

१७९८—लोहेका पहला छपाईका यन्त्र बना।

१८१६—स्क्रू घुमाकर प्लेटन दबानेकी पद्धतिमें परिवर्तन।

१८२७—लीवरका पहला (वाशिंगटन) हैण्ड प्रेस बना जिसपर घण्टेमें २५० कागज छापे जा सकते थे।

१८३४—भापसे चलनेवाली पहली छापनेकी (ऐडम्स) मशीन बनी। १००० कागज प्रति घंटे यह छापती थी।

१८४५—छापनेकी पहली-पहली सिलिंडर मशीन बनी। दस सिलिंडर तक रखकर छापनेकी गति घण्टेमें २०००० कागज तक बढ़ायी गयी। स्टीरियो बनानेकी विधि भी शुरू की गयी।

१८६५—कपड़ेकी छपाई देखकर रोल कागजसे कागजकी छपाई करनेकी विधि प्रारम्भ हुई।

—जल्दी सूखनेवाली स्याही बनायी गयी।

—रद्दीके गूदेके बजाय लकड़ीके गूदेसे कागज बनाया जाने लगा।

१८७१—रोलके कागजसे गोल स्टीरियो प्लेटोंसे कागजकी दोनों ओर एक साथ छापनेवाला पहला अखबार छापनेवाला आधुनिक यन्त्र बनाया गया। घण्टेमें १२ से १८ हजारतक अखबार छपते थे पर कागज मोड़नेका काम यह नहीं करते थे।

१८८१—फोल्डर मशीन भी छपनेकी मशीनके साथ लगायी गयी।

लगभग १८९५—रंगीन छपाईका प्रारम्भ।

१९३०-३९—कई यूनिट छपाईकी मशीनें एक साथ बैठाकर लाखों प्रतियाँ रंगीन अखबार छापनेके यन्त्र फिट हुए।

प्रेषण

२७ जनवरी सन् १८६५-ब्रिटेन और भारतके बीच पहली तार लाइन बिछायी गयी।

१९१२—दुनियाका पहला टेलिप्रिंटर बना।

१९२८—तारसे विद्युत्‌लहरियोंकी सहायतासे फोटो-चित्र एक स्थानसे दूसरे स्थानपर पहले-पहल भेजे गये।

१९४८—रेडियो लहरियोंसे चित्र पहले-पहल भेजनेका प्रयोग सफल हुआ।

१९५१—अमेरिकामें टेलीटाइपसेटरोंका प्रचलन।

नयी सूचनाएँ

पृष्ठ ५५ पर भारतीय सम्पादक-सम्मेलनकी जो प्रस्तावित नीति-संहिता दी गयी है उसे सम्मेलनकी स्थायी समितिने २६ सितम्बर १९५३ की अपनी बैठकमें स्वीकार कर लिया है। संहितामें एक और वाक्य यह जोड़ दिया गया है कि दुर्गुण और अपराधोंको उत्तेजन देनेवाली चीजें अखबारोंमें न छापी जायँ।

\+ + +

अन्तर्राष्ट्रीय प्रेस इंस्टीट्यूट (पृष्ठ १७४ देखिये) की सदस्य-संख्या दो सालमें ६७४ हो गयी है। ये ३२ देशोंमें फैले हुए हैं।

\+ + +

संयुक्त-राष्ट्रसंघके संवाददाताओंकी समितिने (पृष्ठ १९४ देखिये), राष्ट्रसंघके अध्यक्षपदपर एक भारतीय श्रीमती विजयालक्ष्मी पण्डितके निर्वाचनका अनुकरण कर, अपने अध्यक्षपदपर भी एक भारतीय 'हिन्दू' के संवाददाता श्री के. बलरामनका सितम्बर १९५३ में निर्वाचन किया है। यह पहला अवसर है जब कोई एशियाई इस अन्तर्राष्ट्रीय पत्र-संवाददाता-समितिका अध्यक्ष चुना गया है।

\+ + +

दुनिया भरकी समाचार-समितियोंके पास आजकल रोज समाचारोंके लगभग ३२॥ करोड़ शब्द आते हैं जिन्हें वे अखबारोंको देते हैं।

\+ + +

पृष्ठ ४—नीचेसे तीसरी और चौथी पंक्तिके अन्तिम अक्षर ऊपर-नीचे हो गये हैं।

,, १६—अन्तिम पंक्तिमें अन्तिम शब्द तेलगू है। यहाँ दिये गये आँकड़े १९४१ के और विभाजनपूर्वके हैं।

,, १५९—नीचेसे ३ री पंक्तिमें 'थी। पूर्ण' की जगह 'पूर्ण थी।' पढ़िये।

,, १९०—नीचेसे ७ वीं पंक्तिमें १८५७ की जगह १८६७ पढ़िये।
